

Elaine Aparecida Manini

**O SILÊNCIO NO JORNALISMO E A SOCIOLOGIA DAS
AUSÊNCIAS DE BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS:
ANÁLISE DA COBERTURA DA ECONOMIA SOCIAL COM
FOCO NO COOPERATIVISMO NOS JORNAIS *DIÁRIO
CATARINENSE* E *DIÁRIO DO IGUAÇU***

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Jornalismo da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do grau de
Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José
Castilhos Karam.

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Manini, Elaine Aparecida

O silêncio no Jornalismo e a Sociologia das Ausências de Boaventura de Sousa Santos : análise da cobertura da Economia Social com foco no cooperativismo nos jornais *Diário Catarinense* e *Diário do Iguazu* / Elaine Aparecida Manini ; orientador, Francisco José Castilhos Karam - Florianópolis, SC, 2015.

185 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Jornalismo econômico e interesse social. 3. Sociologia das Ausências. 4. Economia Social. 5. Cooperativismo. I. Karam, Francisco José Castilhos. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

Elaine Aparecida Manini

**O SILÊNCIO NO JORNALISMO E A SOCIOLOGIA DAS
AUSÊNCIAS DE BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS:
ANÁLISE DA COBERTURA DA ECONOMIA SOCIAL COM
FOCO NO COOPERATIVISMO NOS JORNAIS *DIÁRIO
CATARINENSE E DIÁRIO DO IGUAÇU***

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 8 de julho de 2015.

Prof. Dr. Francisco José Castilhos Karam
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Francisco José Castilhos Karam
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Mauro César Silveira
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. João Somma Neto
Universidade Federal do Paraná

Às vítimas da miséria.

AGRADECIMENTOS

Nunca foi por um mestrado nem por mais um diploma. Desde o início havia uma causa que eu queria conhecer melhor, com a qual eu sentia a necessidade de contribuir por conta de um vazio informativo - a disseminação do cooperativismo e da Economia Social. O mestrado foi o meio que encontrei para fazer isso. Finalizar este trabalho é algo que me deixa muito contente porque tenho fé no que está dito nestas páginas e porque acredito que se trata de uma contribuição social, ainda que pequena, mas minha. O título de mestre é assim um detalhe/consequência. A conclusão e publicação desta pesquisa, ainda que apenas na estante da biblioteca universitária e da secretaria da Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, representa algo maior: para esta jornalista, divulgar informações de interesse social é uma realização que transborda do sentido profissional para o pessoal. Nesta etapa fim, não posso deixar de ser grata:

A Jesus Cristo, um dos líderes mais revolucionários que a história já conheceu, a quem sigo conscientemente desde os meus 14 anos, de onde vêm meus princípios e fé. Minha maior influência.

A Luiz Carlos Pizzolo da Silva, maior apoiador e incentivador deste estudo desde sua concepção, com quem tive a honra e grande prazer de trabalhar em uma cooperativa e de lutar pelos ideais cooperativistas dentro dela. Por me fazer conhecer e enxergar muitas coisas, amadurecer e compartilhar importantes experiências. Pelas inúmeras aulas informais sobre Economia e Economia Social. Pela paciência em repeti-las e por várias conversas, ensinamentos e contribuições, dentre as quais a apresentação da obra de Boaventura de Sousa Santos. Pela oportunidade de acompanhar o revés, a volta por cima e o alívio de algumas das 6.293 pessoas vítimas de fraudes no cooperativismo que puderam resgatar suas economias, algumas de toda uma vida, e sua dignidade, tão cara especialmente para o pequeno produtor do campo. Por sua iniciativa e participação no projeto de incorporação da Credialves, exposto nesta dissertação, toda a minha admiração e apreço. Pela força em momentos pessoalmente difíceis, minha sempre gratidão. Com você, este trabalho se tornou possível.

À sociedade brasileira que pagou minha bolsa de estudos através da Capes, órgão público de fomento à pesquisa, para que eu pudesse melhor me dedicar a este trabalho.

Aos professores, em especial meu orientador Francisco Karam, que aceitou meu projeto e me deixou a vontade para tomar minhas

decisões sobre ele, sem querer desviar-me do meu objetivo, pelo contrário, ajudando-me a esclarecê-lo. Por toda paciência, compreensão e disponibilidade. Pelas aulas particulares em cada reunião de orientação, pelo toque de humor aprimorado, pelo olhar acurado também como revisor e pelas palavras de incentivo, em especial nos últimos dias para entrega do trabalho. Imensa gratidão. Como sua talvez última orientanda, espero estar à altura. Cito também, nesta versão revisada pós-banca, a leitura e observação atentas de todos os seus membros. Durante a defesa, o longo e intenso debate com pesquisadores que se mostraram tão interessados pelas questões do meu trabalho foi muito gratificante e realizador, e as observações anotadas de detalhes até o 22º gráfico e a 12ª tabela, incluindo os anexos, têm grande significado para mim.

Aos amigos de diversas áreas - música, sociologia, filosofia, teologia, psicologia, física, história, geografia, pedagogia, engenharias - que indicaram leituras, interessaram-se e dispuseram-se a me ouvir, influenciando-me nas conversas sobre a minha pesquisa a partir de diferentes perspectivas. Neste caso, é arriscado nomear apenas alguns. De alguma forma, todas as pessoas que passaram pela minha vida neste período ouviram falar de cooperativismo e do meu "atual guru", o sociólogo português. E, claro, também àqueles amigos que compreenderam minha ausência em eventos e confraternizações.

À minha família de nascença e à minha atual família de IBGE, onde moro, que permanecem do meu lado, por respeitarem e apoiarem sempre minhas escolhas, torcerem por mim e fazerem o que está ao seu alcance, demonstrando que o amor está acima de qualquer pensamento. Aos pequenos Lucas Manini, meu sobrinho mais velho, por me socorrer algumas vezes enviando algum arquivo ou foto de jornal que havia esquecido nos finais de semana, em Palhoça; e Cauê Manini, meu sobrinho caçula, por entender as muitas vezes que eu não pude "jogar ou fazer alguma coisa". Muito amor e carinho.

Não há ignorância em geral nem saber em geral. Toda a ignorância é ignorante de um certo saber e todo o saber é a superação de uma ignorância particular.

Boaventura de Sousa Santos,
Para uma sociologia das ausências e uma
sociologia das emergências, 2002a, 250

RESUMO

Esta dissertação analisa o comprometimento social do jornalismo econômico, indicando uma ausência com relação ao cooperativismo, um dos modos de produção alternativos da Economia Social, a partir da baixa frequência com que o tema aparece e da superficialidade sobre sua abordagem. O problema é identificado através de uma análise quantitativa das notícias publicadas pelo jornalismo econômico, de uma análise de conteúdo dos fatos do cooperativismo noticiados e de um levantamento de fatos noticiáveis, e interpretado a luz do procedimento da Sociologia das Ausências desenvolvido por Boaventura de Sousa Santos. Como principal fonte de informação declarada a serviço da sociedade, entende-se que o papel do Jornalismo é determinante na tarefa de produção de tais ausências, podendo agravar o problema social localizado por Santos, através do silenciamento provocado pela falta de cobertura, ou auxiliar em sua resolução, abrindo espaço para as diversas experiências existentes, não apenas divulgando-as mas também questionando-as. Esta pesquisa discute questões como a apropriação do espaço público do jornal, a despolitização da economia e reprodução de um discurso hegemônico, e os prejuízos sociais e democráticos decorrentes da falta de criticidade e de uma falsa pluralidade no jornalismo, que confere credibilidade ao capital financeiro junto à população. Defende a ideia de que o jornalismo econômico tem secundarizado o interesse social e contribuído para a constituição de uma sociedade de mercado ao invés de um mercado a serviço da sociedade.

Palavras-chave: Jornalismo; Noticiabilidade; Sociologia das Ausências; Economia Social; Cooperativismo

ABSTRACT

This dissertation analyzes the social commitment of economic journalism, indicating a lack in relation to cooperatives, one of the alternative modes of production of the Social Economy, from the low frequency with which the subject appears as the superficiality on their approach. The problem is identified through a quantitative analysis of news published by economic journalism, a cooperative facts content analysis reported and a survey of newsworthy facts, and interpreted by the light of the Sociology of Absences procedure developed by Boaventura de Sousa Santos. As the main source of information declared in the service of society is understood that the role of journalism is crucial in such absences production task, and may exacerbate the social problem found by Santos, through the silencing caused by lack of coverage, or assist in its resolution, making room for the various existing experiences, not only disclosing them but also questioning them. This research discusses issues such as ownership of the newspaper's public space, the depoliticization of the economy and reproduction of a hegemonic discourse, and the social and democratic's losses arising from the lack of criticality and a false plurality in journalism, which gives credibility to financial capital among the population. It supports the view that economic journalism has putting as a second frame the social interest and contributed to the creation of a market society rather than a market at service of society.

Keywords: Journalism; Newsworthiness; Sociology of Absences; Social Economy; Cooperativism

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	21
------------------------	-----------

PARTE I - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

RELAÇÕES ENTRE A SOCIOLOGIA DAS AUSÊNCIAS, A ÉTICA JORNALÍSTICA E A POLITIZAÇÃO DA ECONOMIA.....	35
---	-----------

CAPÍTULO 1 - JORNALISMO: A FUNÇÃO SOCIAL E O JOGO DE INTERESSES.....	37
---	-----------

1.1 A perda de espaço para o interesse privado	41
--	----

1.2 A crítica no jornalismo	47
-----------------------------------	----

1.3 Jornalismo econômico e interesses do capital.....	50
---	----

1.4 O jornalismo econômico para além da financeirização	55
---	----

CAPÍTULO 2 - OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A LÓGICA DE PRODUÇÃO DE AUSÊNCIAS DE BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS.....	59
--	-----------

2.1 O desperdício de experiência social e a localização das ausências em Santos	61
---	----

2.2 A crítica à razão metonímica e a produção jornalística	63
--	----

CAPÍTULO 3 - A POLITIZAÇÃO DA ECONOMIA E O COOPERATIVISMO COMO ALTERNATIVA ECONÔMICA CONSIDERÁVEL E TEMA DE SIGNIFICÂNCIA SOCIAL.....	69
--	-----------

3.1 As fases do capitalismo, uma gangorra histórica entre mercado e Estado	71
--	----

3.2 Sociabilização e politização da economia	75
--	----

3.3 Origens do cooperativismo	78
-------------------------------------	----

3.4 Cooperativismo no Brasil	84
------------------------------------	----

3.5 Cooperativismo em Santa Catarina	87
--	----

PARTE II - ESTUDO EMPÍRICO

LOCALIZAÇÃO DE AUSÊNCIAS E PRESENCAS SOCIAIS NO NOTICIÁRIO ECONÔMICO.....	91
--	-----------

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS PUBLICADAS.....

4.1 Análise comparada do <i>Diário Catarinense</i> e <i>Diário do Iguaçú</i> - recorte geral	97
4.2 Análise comparada do <i>Diário Catarinense</i> e <i>Diário do Iguaçú</i> - recorte específico, das notícias que abordam o cooperativismo (Etapa quantitativa).....	115
4.3 Análise comparada do <i>Diário Catarinense</i> e <i>Diário do Iguaçú</i> - recorte específico, das notícias que abordam o cooperativismo (Etapa qualitativa).....	120
4.3.1 Análise qualitativa da abordagem sobre o cooperativismo no DC.....	122
4.3.2 Análise qualitativa da abordagem sobre o cooperativismo no DI.....	128
4.4 Considerações preliminares da Análise Comparada no DC e DI	138

CAPÍTULO 5 - ANÁLISE DE FATOS NOTICIÁVEIS NÃO PUBLICADOS.....

5.1 Análise dos <i>releases</i> da Ocesc	144
5.2 O caso Credialves.....	149
5.3 Considerações preliminares do Estudo Empírico.....	156

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....

159

REFERÊNCIAS.....	173
-------------------------	------------

ANEXOS

ANEXO A - RESOLUÇÃO 64/136/2009, AS COOPERATIVAS E O DESENVOLVIMENTO SOCIAL, ONU.....	179
--	------------

ANEXO B - PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO.....	185
--	------------

ANEXO C - TRECHO DA ENTREVISTA "A cidade precisa manter o homem no campo", de <i>DIÁRIO DO IGUAÇU</i>.....	187
---	------------

ANEXO D - REPORTAGEM <i>DIÁRIO DO IGUAÇU</i>.....	191
--	------------

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Pessoas relacionadas ao cooperativismo no Brasil por atividade econômica.....	85
Tabela 2. Pessoas relacionadas ao cooperativismo no Brasil por região.....	86
Tabela 3. Cooperativas por ramo de atuação em SC e na região de Chapecó.....	103
Tabela 4. Participação das cooperativas no assunto em pauta - DC....	123
Tabela 5. Fatores de emancipação social - DC.....	124
Tabela 6. Distorções ao cooperativismo - DC.....	126
Tabela 7. Participação das cooperativas no assunto em pauta - DI....	128
Tabela 8. Fatores de emancipação social - DI.....	129
Tabela 9 - Distorções ao cooperativismo no DI.....	136
Tabela 10. Levantamento dos <i>releases</i> da Ocesc e identificação de valores-notícia.....	144
Tabela 11. Levantamento de pautas para o DC a partir de notícias publicadas por outros veículos.....	154
Tabela 12. Levantamento de pautas para o DC a partir de fatos noticiáveis.....	155

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. População de SC x Associados de cooperativas de SC.....	88
Gráfico 2. Distribuição temática das notícias publicadas no DC.....	100
Gráfico 3. Distribuição temática das notícias publicadas no DI.....	101
Gráfico 4. Citação de cooperativas/ramo de atuação (%) - DC.....	102
Gráfico 5. Citação de cooperativas/ramo de atuação (%) - DI.....	103
Gráfico 6. Distribuição temática das notícias com chamada de capa no DC.....	105
Gráfico 7. Distribuição temática das notícias com chamada de capa no DI.....	106
Gráfico 8. Fontes mencionadas DC.....	108
Gráfico 9. Fontes mencionadas DI.....	109

Gráfico 10. Menções a instituições econômicas por natureza jurídica no DC.....	110
Gráfico 11. Menções a instituições econômicas por natureza jurídica no DI.....	111
Gráfico 12. Assinaturas das notícias no DC.....	112
Gráfico 13. Assinaturas das notícias no DI.....	112
Gráfico 14. Distribuição das cidades de origem das notícias no DI....	114
Gráfico 15. Distribuição temática das notícias que mencionam cooperativismo no DC	116
Gráfico 16. Distribuição temática das notícias que mencionam cooperativismo no DI.....	117
Gráfico 17. Fontes mencionadas nas notícias do cooperativismo no DC	118
Gráfico 18. Fontes mencionadas nas notícias do cooperativismo no DI	118
Gráfico 19. Assinaturas das notícias que mencionam o cooperativismo no DC.....	119
Gráfico 20. Assinaturas das notícias que mencionam o cooperativismo no DI	119
Gráfico 21. Detalhamento das cidades catarinenses em assinaturas de notícias que mencionam o cooperativismo no DI.....	120
Gráfico 21. Frequência de valores-notícia nos <i>releases</i> da Ocesc	147
Gráfico 22. Distribuição temática dos <i>releases</i> da Ocesc	147

INTRODUÇÃO

Woodstock, Nova Iorque, 29 de agosto de 1952. David Tudor, famoso pianista americano, sobe ao palco e protagoniza a seguinte cena no Maverick Concert Hall:

Tudor abre a tampa do piano e fica sentado ali, olhando para as teclas, durante trinta segundos. Então, ele fecha a tampa. De pronto, ele a abre novamente, e novamente fica defronte ao instrumento, sem tocá-lo, sem emitir uma única nota, por longos dois minutos e vinte e três segundos. Ele fecha o tampo do piano e o abre novamente, ato contínuo, para pela terceira vez ficar sentado ali sem nada fazer, agora por um minuto e quarenta segundos. Fim do terceiro e último ato, Tudor fecha a tampa, se levanta, curva-se diante da plateia, e se retira. (LOPES, 2012)

A obra 4'33'', composição do artista plástico e teórico musical John Cage, causou estranhamento e tornou Cage famoso no mundo inteiro. Segundo Paul Hegarty (apud LOPES, 2012) era o embrião que daria origem à *noise music*, corrente da Música que trabalha com sons incidentais, admitindo que todo ruído pode ser música, não só uma sequência organizada e regrada de notas em um determinado espaço de tempo. Influenciado por uma percepção oriental da música, Cage queria chamar atenção para a imprescindível presença do silêncio na composição musical e para a existência de outros sons ignorados (como os sons do ambiente) e a noção de que o silêncio está ligado mais à intenção de ouvir do que necessariamente à acústica - "o que ouvimos é aquilo que nós escolhemos para ouvir." (BERG, 2015).

Inspirado pela exposição de uma tela em branco do artista Robert Rauschenberg, Cage acreditava que "como o branco contém todas as cores, o silêncio contém todos os sons" (CAVALHEIRO, 2007, 2). Dentre as experiências que o levaram a compor 4'33'', em busca do silêncio absoluto o músico passou um tempo em uma câmara anecóica (à prova de sons) construída na Universidade de Harvard. Lá dentro, Cage ouviu um som grave e outro agudo. Segundo o engenheiro responsável pela sala, tratava-se dos seus batimentos cardíacos e circulação sanguínea e da atividade de seu sistema nervoso. (HELLER, 2010, 4). Deste modo, o músico constatou que onde há vida, há som, e

chegou a seguinte conclusão: "o silêncio existe, mas não no entendimento de ausência de sons, mas como variações de silêncio." (CAVALHEIRO, 2007, 3). Seguindo este preceito: sempre haverá um som que impede que outro som seja ouvido através de uma ausência de intenção. Pode-se pensar, portanto, que, em vida, o silêncio absoluto não existe. O que existe são ausências sonoras produzidas. As pessoas silenciam algumas coisas para poder ouvir outras.

É através de uma semelhante linha de raciocínio também crítica ao modelo de racionalidade ocidental, mas aplicada às experiências sociais da realidade, que o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos concebe a ideia da produção de ausências pela Sociologia. Santos trabalha com o conceito de *razão indolente* do filósofo alemão Gottfried Wilhelm Leibniz. Ele considera que a indolência da razão, desenvolvida no contexto histórico do Estado Liberal, "manifesta-se, entre outras formas, no modo como resiste à mudança das rotinas, e como transforma interesses hegemônicos em conhecimentos verdadeiros." (SANTOS, 2002a, 241). Segundo o sociólogo uma das formas de ocorrência da *razão indolente* está no que chama de *razão metonímica*, utilizando o termo da figura de linguagem que toma a parte pelo todo. Para ele a razão metonímica "reivindica-se como a única forma de racionalidade" (SANTOS, 2002a, 240) e "não é capaz de aceitar que a compreensão do mundo é muito mais do que a compreensão ocidental do mundo". Resultaria dessa lógica, no campo da Sociologia, o que Santos chama de *desperdício de experiência social*. Muitas experiências sociais estariam ausentes da compreensão e conhecimento do mundo moderno por conta da indolência da razão, da não abertura para outras alternativas possíveis ao que se conhece (ou que se quer conhecer) ou, relacionando ao que Cage identificou na música, da não intenção de auscultar. Deste modo, a partir do pensamento de que o todo é reduzido ao hegemônico, o sociólogo afirma que "o que não existe é, na verdade, ativamente produzido como tal, isto é, como uma alternativa não-credível ao que existe" (SANTOS, 2002a, 246). "A razão metonímica produz a não-existência do que não cabe na sua totalidade e no seu tempo linear. Há produção de não-existência sempre que uma dada entidade é desqualificada e tornada invisível, ininteligível ou descartável de um modo irreversível." (SANTOS, 2002a, 246).

Santos propõe o novo procedimento da Sociologia das Ausências através da constatação de que existe na realidade uma "inesgotável experiência social" (SANTOS, 2002a, 239). Para ele, "ao contrário do que é proclamado pela razão metonímica, o todo é menos e

não mais do que o conjunto das partes. Na verdade, o todo é uma das partes transformada em termo de referência para as demais." (SANTOS, 2002a, 242). Aproximando-se do pensamento de Cage, pode-se dizer que aquilo que é entendido como hegemônico pode atuar na realidade como um ruído que impede que outras possibilidades sejam percebidas. A Sociologia das Ausências é, assim, um método para se estudar minorias, com o objetivo de resgatar tais experiências e de "transformar objetos impossíveis em possíveis e, com base neles, transformar as ausências em presenças." (SANTOS, 2002a, 246).

No esquema simples emissor-mensagem-receptor, a quebra do silêncio é o que normalmente indica o início do processo de comunicação. Neste processo, destacam-se duas formas de encarar o silêncio. A primeira trata de uma visão instrumental. Assim como o som, o silêncio não só participa como é parte essencial em todas as etapas para que a comunicação aconteça - no emissor há pausas para que ele respire, na mensagem há espaços em branco entre uma palavra e outra, no receptor há um silenciamento de pensamentos que permite acionar uma tomada de consciência para a escuta do que está sendo dito. Na composição musical ocidental as pausas dividem espaço com os sons para o preenchimento do tempo. A pausa, segundo o linguista André Vinicius Pessoa, é a presença positiva do silêncio. Física e biologicamente, o literato e teórico musical José Miguel Wisnik explica que sem a existência de um lapso de ausência,

o som não pode durar, nem sequer começar. Não há som sem pausa. O tímpano auditivo entraria em espasmo. O som é presença e ausência e está, por menos que isso apareça, permeado de silêncio. Há tantos ou mais silêncios quanto sons no som, e por isso se pode dizer, com John Cage, que *nenhum som teme o silêncio que o extingue*. (2002, 18, grifo do autor).

Wisnik ilustra o conceito com o famoso símbolo do Tao do som, que representa os conceitos do *ímpeto yang* e o *repouso yin*, na cultura oriental, a dualidade de tudo que existe no universo. A curva no centro do círculo é a representação da onda sonora. O desenho do branco sobre o preto e vice-versa, representam a ausência na presença e a presença na ausência, tanto no campo visual quanto sonoro.

Figura 1. O Tao do som

A outra forma de compreensão do silêncio no processo comunicacional é entendê-lo como um problema, como algo que impede uma visão mais ampla, capaz de fornecer melhor compreensão daquilo que está sendo observado. Deste modo o silêncio é percebido como o oposto ao máximo de informação possível. Na comunicação o silêncio pode ser visto, portanto, como um limite necessário que permite que a comunicação ocorra mas que pode, ao mesmo tempo, ser problemático, uma limitação, a medida que impede um grau maior de compreensão. Quando Santos fala em *desperdício de experiência social*, está considerando uma presença negativa de produção de silêncio que, no âmbito social, ignora a existência de experiências e práticas não hegemônicas.

Jornalismo e Relevância Social

Em geral, defende-se que o bom jornalismo é aquele que mais dá conta do contexto social do fato, das questões que o envolvem. Quando repensou a estrutura da notícia numa perspectiva marxista, Adelmo Genro Filho, um dos expoentes da pesquisa em Jornalismo no Brasil, propunha que ela deveria partir do singular do fato, particularizando-o através de relações que o contextualizam socialmente, em direção ao universal, a realidade. Universal pois ali estariam as infinitas relações que o envolvem. Logo, porém, o melhor Jornalismo não é capaz de dar conta do maior contexto, o universal. O espaço da realidade é maior que o espaço do jornal e o processo comunicacional, portanto, como dito inicialmente, prescinde de silêncios para que possa acontecer. O uso que o Jornalismo faz desse silêncio é o que o definirá como um instrumento para comunicação

social ou um empecilho para produção e divulgação de informação jornalística. Assim, com base em Santos entende-se que, quando uma lógica hegemônica é compreendida como o todo, o não questionamento de tal lógica e o silenciamento de alternativas existentes pode ser caracterizado como *desperdício*. Como a Sociologia quando fundamentada pela *razão metonímica* produz *não-existências* e *desperdício de experiência social*, acredita-se aqui que o Jornalismo, pela mesma razão, pode produzir não-notícias e desperdício de informação jornalística e, além disso, contribuir para a produção de ausências sociais, ao considerar que a ética jornalística está diretamente relacionada com a divulgação de informações sobre e a serviço da sociedade. Neste estudo, parte-se do entendimento da notícia como algo construído a partir de uma visão crítica da realidade, e entende-se a não-notícia como a divulgação de informações advindas de uma perspectiva crítica falsa ou menor, que não daria conta do contexto social do fato. Ocupando-se o espaço com a produção de notícias irrelevantes ou menos relevantes do ponto de vista social, ocultam-se problemas maiores e promove-se a naturalização de modelos hegemônicos.

Este trabalho pretende contribuir para a compreensão de como a Sociologia das Ausências se aplica ao Jornalismo, uma ramificação das ciências sociais, através da observação de como o Jornalismo contribui para a produção de uma das ausências identificadas por Santos, os modos alternativos de produção econômica. De acordo com o sociólogo, a *lógica produtivista*, uma das cinco lógicas da razão metonímica, conduz ao estabelecimento de uma *monocultura dos critérios de produtividade capitalista*. A partir deste pensamento, tudo o que não visa o máximo crescimento econômico, a maximização da produção e da geração de lucros é considerado improdutivo (SANTOS, 2002a, 248 e 249).

A motivação para este estudo partiu de uma primeira admiração pela ideologia do cooperativismo seguida por uma desilusão com sua prática em muitas cooperativas observadas que não seguiam à risca os ideais propagados. A observação se deu a partir da experiência profissional desta pesquisadora que por três anos trabalhou na central de Santa Catarina do Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil, Sicoob¹. Atuando com Comunicação Institucional, mas observando as práticas com olhar jornalístico, acreditava que o Jornalismo, em seu papel de "fiscal social" através da cobertura crítica de assuntos que

¹ O Sicoob é o maior sistema de cooperativas de crédito do país e do estado. À

envolvem o cooperativismo, poderia contribuir para o amadurecimento do cooperativismo e aproximação de sua ideologia à prática. Entretanto, durante este período, a observação sobre o que saía na mídia apontava para uma lacuna nos jornais com relação ao cooperativismo e à Economia Social como um todo, ante o hegemônico mercado capitalista tradicional. Surgiu então o desejo de analisar essa questão mais a fundo a fim de contribuir para a divulgação crítica, não necessariamente apologética, dessa "Outra" ideologia econômica, tornando-a mais visível e considerável.

No projeto inicial, pretendia-se identificar as causas desta ausência através de uma metodologia que incluía análise de conteúdo do que se tem publicado sobre o cooperativismo, levantamento de fatos noticiáveis não publicados e um estudo de *newsmaking*, com entrevistas com jornalistas e acompanhamento da produção das notícias nas redações. Entretanto, a identificação do silêncio de um tema no Jornalismo, que seria o ponto de partida para este trabalho, demonstrou-se um problema anterior mais abrangente do que o esperado. Deste modo, as observações (1) da baixa frequência do cooperativismo nos jornais e (2) da superficialidade no tratamento das notícias que aparentavam não dar conta da diferença entre uma cooperativa e uma empresa do mercado tradicional, transformaram-se em hipóteses. Surgiu a necessidade de um exercício teórico-prático mais abrangente que auxiliasse o argumento da identificação de uma ausência no Jornalismo, e mensurar este vazio tornou-se um dos principais desafios deste trabalho. A sustentação do argumento deste silêncio do Jornalismo como contribuinte para uma das ausências identificadas por Santos, e a verificação empírica deste pensamento passaram a ser o objetivo principal da pesquisa.

Em Jornalismo, a lógica que determina a seleção dos fatos da realidade que se tornarão notícia e conduz o processo de produção das mesmas, desde a observação do fato pelo repórter até sua transmissão ao leitor/espectador, é a dos critérios de noticiabilidade. É de acordo com esses critérios que se define o que estará presente ou ausente no noticiário e, em um segundo plano, o que estará presente ou ausente nas notícias em si. Gislene Silva divide os critérios de noticiabilidade em três grupos: (a) na origem dos fatos (onde estão os valores-notícia, características do fato); (b) no tratamento dos fatos (fatores do processo de produção que interferem na abordagem do assunto); (c) na visão dos fatos (fundamentos éticos e deontológicos "que orientam as ações e intenções das instâncias ou eixos anteriores") (2014, 52 e 53).

Três indicativos apontam para a relevância do cooperativismo enquanto tema de interesse jornalístico. Sua **relevância social** foi atestada pela Organização das Nações Unidas (ONU) quando instituiu 2012 como o Ano Internacional do Cooperativismo. Na carta publicada, a Organização reconhece o cooperativismo como importante meio de combate à pobreza e desigualdade social e reforça a importância da divulgação deste modo de produção. Além dos estímulos da ONU, o cooperativismo possui **incentivos fiscais e legais por parte do Estado brasileiro**, em especial a partir de 1997, período de alguns avanços na legislação cooperativista do país. Amparadas pela Constituição Federal de 1988, “A Lei apoiará e estimulará o cooperativismo e outras formas de associativismo” (artigo 174, inciso 2), as cooperativas vêm crescendo e se desenvolvendo, mesmo com pouca divulgação. Em termos de justiça, espera-se que entidades que por alguma razão recebem benefícios públicos respondam por esta razão e sejam coerentes com ela. É o caso de cobrar das cooperativas, na prática, a contrapartida pela isenção de impostos, cedida pelo Estado por conta do que a ideologia cooperativista promete. Por fim, os números do cooperativismo demonstram significativa **representatividade econômica** do setor em Santa Catarina. O estado possui forte tradição cooperativista. Somente no Sistema Ocesc (Organização das Cooperativas do Estado de SC, ao qual as cooperativas não são obrigadas a se filiar) o ano de 2012 fechou com 263 cooperativas, presentes em 12 ramos da economia, empregando 42.634 pessoas: crédito, agropecuário, saúde, infraestrutura, transporte, trabalho, consumo, educacional, habitacional, especial, produção e mineral. Ao longo de 2012 as cooperativas do estado tiveram uma receita total de R\$ 17,3 bilhões e alcançaram o número de 1.464.428 cooperados (22,9% da população catarinense)², um acréscimo de 102,93% em relação a 2006.

A constatação de que o tema passa pelo crivo dos critérios de noticiabilidade leva a crer que não é a teoria do processo de produção das notícias que conduz à produção desta ausência, mas a maneira como é aplicada. A partir daí, pergunta-se: como tais critérios são utilizados na cobertura jornalística da Economia? O que define a adoção de um critério ou outro? Chega-se ao terceiro grupo delineado por Silva, que corresponde às visões de mundo e questões éticas e deontológicas.

² Dados do balanço anual de 2012 da Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina, Ocesc. Percentual calculado com de acordo com estimativas da população de 2012 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE.

A profissão do jornalista se consagrou, ao longo do tempo, como a de observador do mundo, aquele que, protegido pelo valor da liberdade de imprensa, com independência, imparcialidade, isenção e verdade atua como fiscal da sociedade. Entende-se aqui esta posição como sendo uma premissa geral da deontologia jornalística, devendo ser aplicada a toda forma de jornalismo, incluindo a especialidade delimitadora deste trabalho, o Jornalismo Econômico.

Para fins deste estudo que trata desta especialidade, faz-se necessária uma breve contextualização de como aqui se entende o tema da Economia na sociedade atual. Com a globalização, o ultraliberalismo, o fenômeno da industrialização da cultura³, consolidou-se um sistema capitalista super desenvolvido que, de acordo com Santos (2003), ultrapassou o domínio financeiro, se solidificou nos diversos âmbitos (estético, moral e instrumental⁴) e parece apresentar, com os avanços científicos e tecnológicos, em especial nas tecnologias da informação, condições e potencialidades para continuar crescendo.

Inseridos neste ambiente, pensar a sociedade fora desse sistema parece algo descolado da realidade. No entanto, desde o início este modelo econômico demonstra algumas falhas que têm sido cada vez mais perceptíveis ao longo do seu próprio desenvolvimento: a desigualdade, a concentração de riqueza, a injustiça social, a sustentabilidade de vida no planeta são algumas delas. Seriam essas "consequências inevitáveis" que Santos (2003) atribui como causa a "desregulação global da vida econômica, social e política", advindas de um desequilíbrio no tripé de regulação do projeto da Modernidade: Estado, Mercado e Comunidade (sociedade).

Compartilha-se de Santos o pensamento de que o "Mercado extravasa o econômico e procura colonizar o Estado e a Comunidade

³ O conceito de indústria cultural tem origem na obra *Dialética do Esclarecimento*, publicada em 1947 por Adorno e Horkheimer, representantes da Escola crítica de Frankfurt. Consiste em uma crítica ao Iluminismo, entendido por eles como uma lógica cultural do sistema capitalista que ajuda a manter e reproduzir uma civilização tecnicista.

⁴ De acordo com o sociólogo Boaventura de Sousa Santos (2003) os planos (1) estético-expressivo da arte e da literatura, (2) moral-prático, da ética e do direito, e (3) cognitivo-instrumental, da ciência e da tecnologia, são as três racionalidades que orientam a vida prática dos cidadãos e compõem o pilar da emancipação da Modernidade, período histórico no qual o capitalismo passou a fazer parte da sociedade.

pelo credo neoliberal". Como participante e atuante neste ambiente, o jornalismo mantém vínculos com as três instâncias. Porém, de acordo com Waisbord, na América Latina "os estados e os mercados exercem mais influência sobre a imprensa que a sociedade civil", fato que, se confirmado, configura uma incongruência com relação ao principal objetivo da área de servir à sociedade, mas que parece ficar bem visível no Jornalismo Econômico diante dos apontamentos de alguns estudos já realizados.

Em sua tese sobre a financeirização do noticiário econômico no Brasil, a pesquisadora e jornalista Paula Puliti⁵ defende que a linha de pensamento econômico que prevalece nos jornais é a dos economistas do mercado financeiro com os jargões e termos técnicos que distanciam o noticiário econômico da maioria dos leitores do jornal. Leandro Marshall (2003) e Francisco Karam (2004) expõem alguns exemplos de que os assuntos pautados não raras vezes aproximam-se de interesses particulares das empresas jornalísticas ou dos anunciantes dos jornais. Para Kucinski, o jornalismo econômico "ignora o homem, exceto na sua variante de jornalismo de serviços" (1996, 176). É desta forma que se denota que o modelo econômico hegemônico vigente e predominante prevalece sobre o Estado e a sociedade na delimitação das pautas do Jornalismo e na agenda social.

Sendo esse sistema econômico uma possível causa para as mazelas sociais apontadas anteriormente, considera-se ser esta uma questão crucial e de grande valor para um Jornalismo Econômico crítico e questionador, comprometido com a sociedade. No entanto, diariamente tais problemas são apresentados como fatalidades ou acontecimentos não desejáveis, fora do padrão, que irrompem na sociedade, sem que necessariamente haja algum responsável, mas que precisam de cura urgente. Assim, por exemplo, criminosos recebem o rótulo de "marginais", porque seu comportamento está "à margem" de um bom comportamento que permite o convívio social, e grevistas são tachados de desordeiros, pois transtornam a ordem do sistema. A meta principal geralmente presente no discurso jornalístico costuma estar direcionada para o restabelecimento da ordem. Já o questionamento sobre as origens desses problemas normalmente vira questão secundária. Concentra-se mais nas consequências e que nas causas. Com a

⁵ Tese de doutorado **A financeirização do noticiário econômico (1989-2002)**, defendida na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, em 2009.

predominância positiva de assuntos relacionados ao neoliberalismo e a falta de críticas ao sistema que façam relação com as consequências sociais, o *status quo* é reforçado e parece distanciar-se a compreensão de que o mercado também é uma construção social.

Além do vazio de questionamentos no Jornalismo ao tradicional mercado capitalista, sobre a relação causal dos problemas de ordem econômica com os problemas que assolam a sociedade, observa-se outro vazio no Jornalismo Econômico relacionado à cobertura sobre alternativas apresentadas no contexto da Pós-modernidade⁶. Ao lado do capitalismo, existem outros modos de produção que muitas vezes passam despercebidos - a Economia Social ou Solidária, a pequena produção de mercadorias, a produção estatal de bens e serviços, a produção privada sem fins lucrativos. O primeiro deles, a **Economia Social**, apresenta-se como uma alternativa contra-hegemônica, alternativa ao sistema de mercado predominante e que hoje é posta em prática em várias partes do globo. É formada por iniciativas e movimentos sociais que adotam princípios diferentes do mercado liberal, a começar pela oposição ao liberalismo econômico que, autorregulado pelo poder financeiro, ignora o aumento da desigualdade e o resultado social gerado. Tais movimentos propagam ideias que visem diminuir a marginalização de maiorias de menor poder aquisitivo através da prática de uma forma de controle democrática da produção.

Ocorre que também movimentos de produção contra-hegemônicos, ideologicamente solidários, estão sujeitos a cooptações e acumulações de poder. Como sistema alternativo que tem no seu escopo uma democracia ainda mais intensa do que a liberal, pois não permite a autorregulação pelo poder aquisitivo mas pelo controle dos associados igualmente independente de sua cota de participação, o cooperativismo requer todo poder de fiscalização de natureza jornalística que lhe confira maior credibilidade e condições para a participação democrática. Deste modo, defende-se que a sociedade, cooperada ou não, necessita de informações do cooperativismo além das advindas das assessorias de imprensa das cooperativas. Ocorre que tais assessorias, semelhante às assessorias públicas de governo, estão

⁶ Este estudo adota a postura de Santos (2003, 76 e 77) de que estamos em um período Pós-moderno, de transição, composto por superação, em que o modo de produção capitalista cumpriu em excesso algumas promessas da Modernidade, e obsolescência, em que o mesmo se mostra incapaz de cumprir outras promessas, e por isso requerendo uma quebra, uma mudança de paradigma.

submetidas a uma diretoria eleita e por fim acabam trabalhando sempre em favor da imagem positiva dessas entidades, o que não necessariamente prioriza os princípios, ética e valores cooperativistas. Cabe ao jornalismo isento e comprometido apenas com a sociedade o papel de fiscalizar em favor de uma economia solidária efetiva e fiel a seus ideais.

Tal contexto indica uma vasta ausência de assuntos sociais no Jornalismo Econômico. Dentre as conclusões que a análise de conteúdo empírica desta pesquisa mostrou está o amplo espaço no noticiário econômico concedido a empresas privadas com fins lucrativos e à propagação de relações capitalistas. Com base no exposto sobre a Economia e retomando a teoria dos critérios de noticiabilidade, acredita-se que a ausência das formas alternativas de produção no Jornalismo Econômico possa estar ligada aos critérios de noticiabilidade que Silva aloca no terceiro conjunto, relativo a ética profissional, especificamente em sua relevância social. Isso porque para dar conta da contextualização social dos fatos econômicos é necessário olhar crítico dos jornalistas sobre as relações no capitalismo. Ora, o Jornalismo Econômico, quando a serviço do capital, dificilmente questionará o capitalismo. O Jornalismo Econômico, quando a serviço da sociedade, precisa questionar todas as formas de produção, e não inverter a ordem, afinal, é a sociedade que constrói os mercados e não o contrário.

Além desta introdução e das conclusões, este trabalho se desenvolve em cinco capítulos, três de investigação teórica e dois empíricos. O primeiro capítulo inicia apresentando brevemente os desdobramentos da ética e deontologia jornalística ao longo da história, por trabalhar com diferentes fins ao longo do tempo, com diferentes graus de liberdade, atendendo a diferentes interesses. Em seguida realiza-se um breve levantamento teórico de pesquisadores da Comunicação e do Jornalismo levantando a questão dos interesses aos quais o Jornalismo está exposto hoje e que se chocam com sua função social. Abordam-se os problemas de influências de interesses de anunciantes e da própria empresa jornalística e questiona-se a diferença entre o que poderia ser "Jornalismo com interesse privado" e Publicidade. Ao elucidar o papel da crítica no Jornalismo, enfatiza-se que defender tendências iria contra o princípio básico de questionamento da profissão. Aborda a tese de Paula Puliti de que o noticiário econômico foi financeirizado, atendendo aos interesses do capital financeiro, o que aponta para um distanciamento da crítica social no Jornalismo de Economia. Com tal constatação, argumenta-se que o

Jornalismo Econômico pode estar ajudando a reproduzir a ideologia hegemônica do sistema capitalista, onde a empresa jornalística está alocada, ao invés de assumir um posicionamento mais crítico, a serviço da sociedade. Aplicando a perspectiva crítica sobre o sistema econômico hegemônico vigente, defende-se a importância de se questionar o capitalismo considerando sua relação com os contextos sociais, politizando questões de ordem econômica.

O segundo capítulo busca interpretar a Sociologia das Ausências de Santos e sua possível aplicabilidade no Jornalismo, entendendo este como uma ramificação das ciências sociais. Para isso, procura-se relacionar cada uma das cinco monoculturas reproduzidas pela lógica hegemônica delineadas pelo sociólogo com a lógica do pensamento jornalístico no processo de seleção dos fatos e direcionamento da cobertura dos temas, fornecendo alguns exemplos. Defende-se que o jornalismo tem fundamental participação para evitar ou contribuir com um maior desperdício das diversas experiências. Ao fim, procura identificar como o Jornalismo Econômico contribui para a produção de experiências sociais ignoradas, localizando-o na 5ª lógica de produção de não-existência, a lógica da monocultura produtivista, e identificando-o como possível instrumento para a Ecologia de Produtividade, perspectiva proposta por Santos como possibilidade de solução para o problema identificado a partir da Sociologia das Ausências.

O terceiro capítulo trata dos modos de produção econômicos, traz um breve relato do desenvolvimento e das fases do capitalismo ao longo da história, e do surgimento e ideais cooperativistas como modo de produção alternativo, componente da chamada Economia Social. Aborda as origens do movimento cooperativista no Brasil, a representatividade deste sistema em Santa Catarina, e realça os motivos que levaram a Organização das Nações Unidas dar ao tema tamanha relevância a ponto de eleger 2012 como Ano Internacional do Cooperativismo.

Na segunda parte desta dissertação identifica-se no Jornalismo a reprodução da quinta monocultura pela lógica produtivista através de um estudo empírico dividido em duas etapas: (1) análise do conteúdo de editoriais de Economia em dois diários e (2) levantamento de fatos noticiáveis não publicados por estes mesmos veículos.

O quarto capítulo descreve o que foi localizado na análise das notícias publicadas. A Análise de Conteúdo foi realizada em matérias publicadas em 2012 nos jornais *Diário Catarinense* e *Diário do Iguçu*.

Para detectar a ausência foram utilizados indicadores a fim de comprovar as hipóteses levantadas. A primeira questão, relativa à pouca cobertura do tema está relacionada à representatividade do cooperativismo na economia do estado, considerando o número de pessoas envolvidas e não somente as cifras. A segunda questão trata da qualidade das notícias, medida por indicadores que demonstram a consideração de características particulares de uma cooperativa, inserindo-as em um contexto social e diferenciando-as de uma empresa de mercado tradicional. Foram utilizados estudo de fontes e abordagem de questões diferenciadas específicas ao cooperativismo, como a utilização de termos indevidos como *lucro* ou *banco cooperativo*, e o tratamento de questões referentes aos princípios cooperativistas.

No quinto capítulo foi feito o levantamento e análise de conteúdo de fatos noticiáveis não publicados a partir (1) de *releases* enviados pela Ocesc no mesmo período da análise de conteúdo realizada nos jornais, e (2) da análise da cobertura do caso de incorporação da cooperativa de crédito Credialves, da cidade de Luiz Alves/SC, que estava sob intervenção do Banco Central, pela cooperativa Sicoob Bluredi, de Blumenau.

Pretende-se ao final deste trabalho chamar atenção para um vácuo do Jornalismo Econômico sobre um significativo ponto destoante do sistema econômico hegemônico que pode ser, como aponta Santos, "sinal de futuro". A mudança desta proposta está na difusão e organização social em torno de um ideal de solidariedade e preocupação com o bem comum, que difere dos ideais capitalistas da concentração e da individualidade, e da prática autoritária dos socialismos já existentes, por basear-se na participação democrática. Santos afirma que "a explosão da realidade mediática e informacional torna possível uma competência democrática mais alargada" (2003, 91). Esta realidade mediática pode, no entanto, se mantida como refém do mercado, funcionar às avessas, fortalecendo uma democracia de faz de conta para quem é detentor de poder financeiro, uma democracia para poucos, que ignora iniciativas de transformação social.

Acredita-se que o desejo de estudar a cobertura jornalística do cooperativismo, a fim de contribuir para a presença deste sistema econômico na mídia, de forma crítica e não apenas em apologia ao mesmo, aproxima-se de objetivos delineados por Santos como "o inconformismo com o descrédito e a luta pela credibilidade" de alternativas excluídas por uma "totalidade homogênea" (SANTOS, 2003, 250). Pretende-se assim seguir a orientação de usar a

epistemologia da Sociologia das Ausências para tratar de "partes descredibilizadas". É o que, segundo o autor, "torna possível que a Sociologia das Ausências não permaneça uma sociologia ausente" (SANTOS, 2003, 250).

PARTE I - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

RELAÇÕES ENTRE A SOCIOLOGIA DAS AUSÊNCIAS, A ÉTICA JORNALÍSTICA E A POLITIZAÇÃO DA ECONOMIA

CAPÍTULO 1 - JORNALISMO: A FUNÇÃO SOCIAL E O JOGO DE INTERESSES

Ao descrever quase que de forma poética o caso de um gato preso nos galhos de uma árvore, posteriormente socorrido pelos bombeiros, o sociólogo norte-americano Michael Schudson chama atenção para o significado social de um fato justificá-lo para que se torne notícia. Além disso, o pesquisador enfatiza o aspecto dinâmico do próprio interesse público: "uma notícia deve não somente ser 'deliciosa' para existir, mas também infringir ou oferecer algum tipo de comentário para a vida pública; e o que conta para a vida pública, é claro, não é óbvio, muda-se de tempo em tempo e de lugar a lugar" (apud SILVA, M., 2014, 116). Entende-se assim que um fato é notícia quando é possível relacioná-lo de alguma forma que afete ou diga respeito à vida social. Trata-se da função social da notícia. Na primeira fase da Graduação em Jornalismo, quando esta pesquisadora cursava a disciplina de Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa⁷, a então professora Tattiana Teixeira reforçava que, além das seis perguntas do *lead* caberia uma nova questão, a qual a notícia deveria sempre responder: "*E daí?*".

No lugar de interesse público, entretanto, prefere-se aqui adotar para o Jornalismo a expressão "informação de interesse social", a fim de evitar interpretações limitadas do conceito que porventura simplifiquem a questão, restringindo o termo *público* apenas como oposto àquilo que é *privado*. Ocorre que o interesse privado não só influencia o Jornalismo, mas em alguns casos também o interessa. Da mesma forma, do outro lado, mesmo as "pessoas públicas" (governantes) possuem um direito à privacidade. Entretanto, existe um limite já muito difundido pelo senso comum e bem presente em Jean Jacques Rousseau em sua teoria sobre o "*contrato social*", com o qual se concorda: o direito de uma pessoa termina onde começa o direito da outra. É o que permite, por exemplo, abrir as portas das casas e intervir em atos de violência doméstica, mesmo que se trate de uma "briga de família", isso porque a família é também um pequeno núcleo de vida social, que muitos sociólogos chamam de *célula da sociedade*. Quando o comportamento de um indivíduo fere os interesses e direitos do outro, tal comportamento deixa de ser interesse privado e passa a ser público, daí

⁷ Informação obtida em sala de aula, no primeiro semestre de 2005.

a amplitude quando se fala em interesse público (aqui chamado de interesse social).

O compromisso social do Jornalismo com o interesse público (sociedade) e o entendimento dele como detentor de papel crucial para manutenção da democracia nem sempre foi entendido como objetivo da profissão e, apesar de amplamente difundido nos dias de hoje, há muito o que se questionar e considerar. As origens do Jornalismo demonstram que a profissão nem sempre trabalhou com o mesmo fim. A ética e a deontologia jornalísticas, sua razão de ser e função de existir, passaram por desdobramentos ao longo da história.

Cornu (1994, 132) explica que para inaugurar a própria ética o sujeito deve postular aos outros a exigência de liberdade. Vale ressaltar que, no entanto, o maior valor propagado hoje pelo sujeito *mídia moderna*, a liberdade de imprensa pela qual tanto se lutou, surge dos livros, e não dos periódicos, além de ser decorrente da liberdade de expressão, um direito adquirido por todos os homens nas sociedades democráticas (CORNU, 1994, 133). Na Idade Média, são os escritores e literatos os primeiros a reivindicar tal liberdade, na época da inquisição, quando a Igreja Católica divulgou e perseguiu uma lista de livros proibidos contra a livre circulação de ideias. Já os primeiros periódicos eram destinados aos poderosos. Antes mesmo da concretização de um espaço público, aparece o interesse em uma imprensa a serviço do Estado:

as autoridades compreendem rapidamente o interesse que podem tirar de uma imprensa ao serviço da administração do Estado [...] em março de 1769, o governo de Viena aprovará um decreto sobre a imprensa, onde se lê: 'Para que os jornalistas possam saber que espécie de decretos [...] e acontecimentos é conveniente tornar públicos, essas notícias serão objecto, todas as semanas, de um resumo feito pelas autoridades que os transmitirão aos redactores dos jornais'. (CORNU, 1994, 137).

Portanto, antes do aparecimento do jornalismo como idealizado atualmente, localiza-se um jornalismo muito próximo ao que hoje reconhece-se como assessoria de imprensa, tendo como cliente o poder dos governos. Tobias Peucer, autor da primeira tese de Jornalismo

defendida na Universidade de Leipzig, na Alemanha em 1690, levantou três precauções prudentes aos relatos jornalísticos na época:

A primeira é esta: que aí não se ponha coisas de pouco peso ou as ações diárias dos homens; ou as desgraças humanas das quais há uma fecunda abundância na vida comum. Igualmente, o trato aos cidadãos, [...] a segunda precaução é esta: que não se divulguem indiscriminadamente aquelas coisas dos príncipes que não querem que sejam divulgadas. [...] cabe esperar até que aqueles tenham desaparecido dentre os vivos ou que já não lhes possa causar danos. [...] a terceira precaução: que não se insira nos periódicos nada que prejudique os bons costumes ou a verdadeira religião, tais como coisas obscenas, crimes cometidos de modo perverso, expressões ímpias dos homens que sejam graves para os ouvidos piedosos. [...] por isso que em algumas cidades se estabeleceu [...] que não seja permitido imprimir periódicos sem que estes tenham sido aprovados pela censura. Dá-se, com efeito, a honesta disciplina, para que os espíritos inocentes não sejam ofendidos. (PEUCER, 2004, 21-23)

A informação deixa de ser um privilégio dos detentores do poder quando este começa a ser questionado em um espaço público. O marco disso está no surgimento da burguesia, quando outras pessoas de diferentes camadas sociais passam também a interessar-se pelos assuntos de ordem pública. Segundo Habermas (apud CORNU, 1994, 146), a esfera pública constitui-se a partir das evoluções sociais, no contexto do avanço do Liberalismo Moderno, e se forma em um espaço intermediário entre a esfera política e a sociedade. Cornu conta que os cafés na Inglaterra no século 17 (que no século 18 chegariam a 3 mil estabelecimentos em Londres), e posteriormente os salões na França e as sociedades na Alemanha, são os primeiros lugares onde é possível pessoas de condições diversas debaterem igualmente suas ideias, movidas por desejos de liberdade de pensamento e de expressão. Em 1709, o *Tatler*, primeiro suporte impresso destinado ao público dos cafés ingleses, é precursor de um momento importante na história da imprensa, em que surgem jornais abertos ao debate de assuntos

públicos. A imprensa periódica configura-se pela primeira vez como espaço de debates críticos.

Uma das constatações de Jurgen Habermas (apud CORNU, 1994, 149) é que se constituem assim os primeiros grupos públicos, além dos grupos representativos da Igreja e da Corte. Logo a burguesia, reunida em grupos e consciente de sua participação na sociedade, amparada nas teorias liberais de pensadores como John Locke, Montesquieu e Jean-Jacques Rousseau, começa a reivindicar liberdade de pensamento e de expressão e participação no espaço político através de leis que atendam seus interesses, em substituição aos decretos impostos pelo absolutismo (idem: 149). O reconhecimento por escrito da liberdade de imprensa como direito individual a serviço da esfera pública (conceito central da teoria de Habermas), hoje uma das condições fundamentais para o exercício da cidadania em um Estado democrático, ocorre pela primeira vez na Suécia, em 1766, seguida pelos Estados Unidos e França (CORNU, 1994, 153 e 154).

No século 15, Nicolau Maquiavel (1979) já reconhecia a existência de um território público e redigiu uma série de comportamentos que deveriam ser tomados pelo governante a fim de segurar e reprimir o povo para a manutenção do poder no regime absolutista. Posteriormente, as relações entre a sociedade e os governantes seriam ampliadas com o desenvolvimento de outras formas de governo. Rousseau formalizaria essas relações no conceito de contrato social, estabelecido entre a população e as instâncias do poder, através do qual confere-se legitimidade a essas instâncias em um regime democrático.

As concepções da esfera pública e do contrato social são condições para o surgimento da deontologia jornalística como a conhecemos hoje. É na época da sociedade industrial que "a deontologia das profissões amplia seu debate a partir da divisão do trabalho e da inserção social de cada atividade" (KARAM, 2004, 91). O atual ideal jornalístico tem início quando a profissão assume um compromisso social, tornando o ato de informar um ato social.

O acto de informar, tal como é praticado pelos jornalistas, não pertence às relações individuais, de pessoa a pessoa. É um acto social que se desenrola num espaço público, num território que é também o do político. O espaço de liberdade do jornalista, a sua autonomia como sujeito moral, é

inútil se for excluído do espaço público.
(CORNU, 1994, 132)

A partir do reconhecimento desse espaço público e da imprensa como meio de interação "que permite à sociedade civil constituir-se e situar-se perante o poder público" (CORNU, 1994, 133) que a luta pela liberdade passa a ser também uma luta dos periódicos. Desde o início e ainda hoje a imprensa crítica luta pela própria liberdade contra resistências, pelo "facto de ela vir criar uma nova tensão com alguns valores que garantiam a legitimidade das instituições" (CORNU, 1994, 133).

Como visto, a afirmação da liberdade de imprensa passa pelas evoluções da sociedade. A conquista da liberdade de opinião e de imprensa, que se deve em grande parte à burguesia, fez com que as doutrinas do Estado Moderno e o desenvolvimento da economia delimitassem o novo espaço (CORNU, 1994, 146) e os periódicos passassem a servir de importante suporte e instrumento de difusão dessas ideias e do novo sistema que se configurava. Assim, ao jornalismo foi legada a herança da presença do liberalismo moderno. Adiante, será tratado como tal liberalismo ainda difere da liberdade no jornalismo.

1.1 A perda de espaço para o interesse privado

Apesar das conquistas dos periódicos e da aclamada liberdade de imprensa, em especial por parte do Jornalismo produzido pelas grandes empresas de comunicação, talvez sejam raros os exemplos em que o jornalismo tenha de fato gozado de uma liberdade de exercício plena perante o público. Passando pela história até chegar ao mundo moderno, na prática do serviço jornalístico parece mais assertivo e menos ingênuo falar da mudança dos grupos de interesse de acordo com as classes pelas quais o poder perpassou. A Associação Nacional dos Jornais (apud KARAM, 2004, 156) afirma que "Não existe liberdade de imprensa fora da economia de mercado, onde as empresas jornalísticas oferecem seu produto ao controle democraticamente exercido pelo público através das leis de mercado". Aceitar que a economia de mercado condiciona o jornalismo é o mesmo que entender que o jornalismo tenha se tornado refém do liberalismo econômico ou então assumir que "o poder desertou da área política e foi para a econômica" (apud KARAM, 2004, 232).

Na sociedade atual dos avanços tecnológicos, da globalização, do ultraliberalismo, o Jornalismo é também produzido em empresas jornalísticas inseridas no sistema de mercado capitalista. Nos últimos anos, em especial com o avanço das mídias sociais online, surgiram formas de Jornalismo independente, como os projetos de financiamento coletivo, em que voluntários contribuem diretamente para produção do noticiário. Entretanto, na sociedade em geral, o espaço predominante para discussões de informação pública ainda está nos grandes conglomerados midiáticos. A maior parte do Jornalismo disponível é produzido nesse espaço, e aí, pode-se dizer que a relação que o Jornalismo tem com o mercado está vinculada a sua própria forma de existir.

As empresas de comunicação têm no capital o seu modo de subsistência vindo de duas fontes: de um lado os “consumidores” diretos da notícia, e de outro, com uma parcela infinitamente maior, os financiadores que, interessados nos consumidores, utilizam destes veículos para divulgar uma linguagem criada para atender a seus interesses – a publicitária (MARSHALL, 2003). A junção de duas ideologias aparentemente opostas, pois servem a dois senhores – os interesses particulares dos proprietários e o interesse público da sociedade – aponta para um dilema de cunho existencial dos veículos jornalísticos.

Apesar da imprensa defender que sua missão e seu objetivo estão no interesse público, muitos pesquisadores observam o contrário. Em análises sobre Portugal e Brasil, Meditsch (2007, 90) evidencia o controle por parte do mercado pelo *laissez-faire* ao afirmar que “a preponderância das leis do mercado sobre a legislação e as regulamentações em vigor em Portugal e no Brasil chega a ponto de muitas das determinações legais serem abertamente descumpridas”. A exemplo disso citam-se dois pontos do capítulo V da Constituição Brasileira de 1988, que dispõe sobre a comunicação social: (1) estabelece a não existência de monopólio ou oligopólio, direto ou indireto, nos meios de comunicação (inciso quinto do artigo 220) e (2) estabelece o estímulo à produção independente e regionalização da produção cultural, artística e jornalística (artigo 221). Passados 27 anos da promulgação da Constituição, tais pontos não são atendidos e a área carece de regulamentação. Na situação atual, sindicatos de jornalistas têm lutado por medidas de regulamentação enquanto os sindicatos das empresas contra-argumentam em favor da liberdade de expressão.

À atividade jornalística atualmente praticada, Karam aplica o conceito de cultura da razão pervertida, do pesquisador espanhol Vicente Romano:

Conforme Romano, cultura da razão pervertida é aquela que envolve “um pensamento que converte todo qualitativo em critérios de eficácia, isto é, rentabilidade econômica, em vez de traduzi-lo em categorias de sentido e de valor, de rentabilidade social”. As observações de Romano servem muito bem ao sentido de cobertura de acontecimentos de interesse público dominada pelo interesse particular de empresas da mídia, que se reflete, muitas vezes, em editoriais, notícias, crônicas, comentários, artigos. (2004, 74)

Algumas pesquisas apontam que a publicidade tem avançado além do seu espaço, com o aval consciente ou não dos jornalistas, e que a notícia está cada vez mais aproximando-se dos interesses dessa área (MARSHALL, 2003; KUCINSKI, 1996; MARCONDES FILHO, 2009) Porém, já em 1910, Edward Alsworth Ross, um dos pesquisadores pioneiros da ciência social e da mídia (apud BERGER e MAROCCO, 2008, 88-92), publicou o artigo "A supressão das notícias importantes", em que dizia que os três desenvolvimentos econômicos no campo editorial eram: 1 – a comercialização da imprensa (preocupações prioritárias com melhores resultados econômicos e investimentos); 2 – o crescimento da publicidade na imprensa; 3 – a subordinação dos jornais a outras empresas. A Escola americana difundiu que para a sobrevivência de ambos em um mesmo lugar, jornalismo e publicidade devem nas redações manter o mesmo recomendado distanciamento entre Igreja-Estado, sem contatos dos profissionais das diferentes áreas, e sem interferências no conteúdo a ser publicado. No entanto, não há como negar que o jornalismo e a publicidade se atraem, pois em um reside a fonte de subsistência do outro: para o jornalismo, o seu financiamento, para a publicidade a necessidade da empresa, fundamentada no capital, de continuar crescendo, pois a credibilidade jornalística é o que valoriza o produto à venda, a notícia.

No Brasil, como exemplo, Kucinski (1996, 179) diz que as relações entre as montadoras de automóveis e a imprensa podem explicar porque o jornalismo nunca questionou os altos níveis de poluentes dos carros vendidos no país, e dos baixos níveis dos mesmos

veículos quando exportados. Há algumas décadas, empresários da comunicação falavam de tal interferência com naturalidade: “Em primeiro lugar, estamos participando da programação para assegurar um ambiente bom para os nossos anúncios”. – declaração do vice-presidente da Procter & Gamble, em 1979” (BAGDIKIAN apud MARSHALL, 2003, 195). Hoje muitos artigos publicados em blogs de crítica de mídia demonstram que indícios de interesses privados permanecem quase que abertamente assumidos na produção dos veículos. Um exemplo está no artigo *Empresas jornalísticas, a hipocrisia como critério de noticiabilidade* em que Karam critica o pouco espaço que a mídia tem dado à Operação Zelotes da Polícia Federal, que investiga fraudes e sonegação de imposto de renda de grandes empresas, dentre as quais o grupo de Comunicação RBS, em comparação à grande repercussão da Operação Lava-Jato, em que são investigados crimes de desvio do governo ligados à estatal Petrobrás⁸.

Em concordância com a crítica a esse antagonismo, a pesquisadora americana Helen Thomas enfatiza: “Não há nada de errado com altas participações de mercado, lucros polpudos ou circulação ampla. Porém, desempenho econômico é uma coisa; integridade jornalística é outra.” (apud Bertrand, 2002, 17). Para Marshall,

Nessa perspectiva, a publicidade não aceita mais apenas fazer vizinhança com o jornalismo. Portadora dos interesses do capital, a publicidade pressiona o jornalismo a operar na mesma lógica. A publicidade acossa o jornalismo, submete-o às mesmas regras e valores do capital, obrigando-o a relativizar seu compromisso com a verdade e com o interesse público. (2003, 115)

⁸ A operação Zelotes, deflagrada em março de 2015 pela Polícia Federal, investiga um dos maiores esquemas de sonegação fiscal já descobertos no país. Estão sob investigação 74 processos de estratégias tributárias julgados pelo Conselho Administrativo de Recursos Fiscais, Carf, do Ministério da Fazenda. Juntos somam R\$ 19 bilhões. Na lista das empresas suspeitas está o Grupo de Comunicação Rede Brasil Sul, RBS, afiliada da rede Globo nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Até abril de 2015 a PF já tinha confirmado o desvio de R\$ 6 bilhões dos cofres públicos, quase três vezes o valor desviado pela operação Lava-Jato, de R\$ 2,1 bilhões. Deflagrada em março de 2014, a Operação Lava-Jato investiga um grande esquema de lavagem e desvio de dinheiro envolvendo a empresa pública Petrobrás, empreiteiras e políticos.

No envolvimento com a prática da profissão e mesmo em seu ensinamento nas faculdades é comum ouvir dizer que todo jornal possui uma linha editorial. Embora não declarada ou oficializada em algum documento, essa linha editorial é o que orienta a produção das notícias em cada veículo. Em uma simples comparação de diferentes capas na banca o leitor mais atento consegue distinguir os veículos mais próximos à situação daqueles mais simpatizantes da oposição, até porque muitos fazem questão de deixar seus posicionamentos claros e estampados na própria capa. Também não é raro lermos nos jornais apenas notícias que corroboram com seus editoriais.

Em consonância com os interesses da empresa, baseada em sua linha editorial, cria-se uma cultura corporativa. Conforme Kovach e Rosenstiel (2004, 277) essa cultura é uma “tendência nas redações modernas” e ocorre “na medida em que o lado comercial e o editorial mais e mais trabalham em equipe”. Meditsch explica que para compensar fatores de profissionalismo que colocariam os jornalistas em conflito entre as normas deontológicas da profissão e os intuítos lucrativos da organização comercial,

as empresas criariam suas normas editoriais próprias e um sistema de recompensa e promoção híbrido, de forma a não deixar de reconhecer os méritos profissionais e, ao mesmo tempo, resguardar seus próprios critérios para preencher os postos estratégicos na hierarquia (MEDITSCH, 2007, 78).

O autor cita o estudo do jornalista e sociólogo Warren Breed sobre a orientação editorial em um jornal norte-americano para dizer como acontece a socialização de um jornalista novato:

a leitura do próprio jornal; a observação do comportamento dos colegas mais antigos e de suas relações com os chefes; a utilização das críticas feitas a seu trabalho pelos escalões hierárquicos superiores; as opiniões, brincadeiras e reprimendas, diretas ou indiretas, ouvidas na redação; as críticas que o próprio *staff* dirige às chefias. (BREED apud MEDITSCH, 2007, 82)

Tal orientação, baseada nos interesses de mercado da empresa jornalística, direciona o repórter para atingir como um de seus objetivos o enquadramento de sua notícia na linha editorial do jornal. De forma consciente ou não, os interesses empresariais e empregatícios passam a conduzir o modo de produção das notícias. Dessa forma entende-se que a diversidade de opiniões e a função social do jornalista são diminuídas e a ética profissional pode ser questionada. Como afirma Marshall, inserido em uma empresa que segue a ética do capital, privilegiando o interesse privado,

O jornalista passa [...] a defender seu emprego, seu salário, sua sobrevivência. Ele se rende à invisível censura do mercado e estabelece a própria autocensura. O jornalista perde silenciosamente a sua autonomia, consciente ou inconsciente, e desempenha mecanicamente as operações que dão forma ao universo da informação. (2003, 32)

Como condicionante dessa situação, Robert Park, outro dos sociólogos precursores que estudava a mídia no início do século 20, averiguava que o poder da imprensa fica alocado mais no editorial do que na autonomia do repórter. Ele pondera que

Mesmo hoje [início do século 20], quando falamos da liberdade da imprensa, é a liberdade de expressar uma opinião que queremos mais do que a liberdade de investigar e publicar os fatos. As atividades do repórter, sobre as quais qualquer opinião relevante às condições existentes possa estar baseada, são muitas vezes consideradas mais uma infração de nossos direitos pessoais do que um exercício de nossas liberdades políticas. (apud BERGER e MAROCCO, 2008, 41)

Sobre este assunto, Kucinski (1996, 179) ressalta “a inexistência de garantias que permitam ao jornalista atuar com maior liberdade na empresa em que trabalha [...] para garantir a manutenção de seu trabalho”. Kovach e Rosentiel defendem que “uma monocultura da redação é antiética para com o princípio da consciência individual da qual outros valores fluem – exatidão, compromisso com a população e diversidade intelectual para cobrir as comunidades.” (2004, 277). Para

Karam, tal hegemonização do noticiário "desmente, muitas vezes, os princípios ontológicos e morais da própria essência da informação jornalística." (2004, 111).

Com base nesses autores, passa-se a perceber a informação jornalística como uma mercadoria produzida para o seu público-alvo, consumidores de notícia, e não como um importante instrumento para uma democracia mais participativa⁹, que amplie as condições para as pessoas se posicionarem diante de temas aos quais estão expostas e pelos quais são afetadas. Entende-se aqui que o Jornalismo produzido conforme a linha editorial de um veículo resulta apenas na divulgação de notícias que o seu público-alvo (aquele que banca o jornal) quer consumir, acrescido da ressalva daquilo que a empresa de mídia quer vender.

A cultura redacional ligada à linha editorial arbitra diretamente o modo de produção da notícia. Em Teorias da Comunicação, Mauro Wolf (1999) explica que a noticiabilidade de um fato é resultado de negociações que consideram (1) a cultura profissional dos jornalistas e (2) a organização do trabalho na padronização da rotina das práticas produtivas. Na prática, a informação é fragmentada, retirada do seu contexto e recomposta de acordo com a linha editorial do produto. Os critérios de noticiabilidade são características que permitem a produção, mas que ao mesmo tempo direcionam a cobertura. O jornalista tem papel fundamental na escolha da condução da notícia para um lado ou para o outro e é em cada escolha que sua consciência ética, moral e individual juntamente com sua cultura profissional irão atuar. O grau de liberdade do jornalista no fazer jornalístico pode determinar o grau de maior isenção ou imparcialidade na notícia. Vale lembrar que tal imparcialidade ainda estará no crivo daquilo que o jornalista acredita ser correto, sua formação cultural, sua ética ou daquilo que objetivam seus interesses próprios, como citado anteriormente - a manutenção de seu emprego, promoção ou criação de carreira.

1.2 A crítica no jornalismo

Uma vez inserido na sociedade e anunciado a serviço desta, a pergunta que se faz é: *o que exigir de um jornalismo que se coloca a serviço da sociedade?* Mais do que um exercício funcionalista para

⁹ Considera-se neste trabalho o conceito de democracia participativa, desenvolvido por Boaventura de Sousa Santos, explicitado no capítulo 3.

informação das pessoas sobre o mundo em que vivem, muitos pesquisadores defendem que o jornalismo deva possuir um papel crítico e questionador ou que pelo menos gere informações que deem suporte para que o leitor possa formar uma opinião crítica sobre o mundo. É dessa forma que, ao invés de atuar na manutenção dos acontecimentos no mundo, o jornalismo contribuiria para a evolução da sociedade.

Em uma perspectiva crítica, Adelmo Genro Filho reformula o conceito de notícia, unidade básica do jornalismo, em cima do conceito de singularidade, propondo uma nova forma de estrutura de texto. A notícia assim seria composta a partir da singularidade do fato e não apenas da resposta processual às seis perguntas que compõem o *lead* (GENRO FILHO, 2012, 200). Ao invés do mais importante para o menos importante, partiria do singular para o universal. O olhar crítico do repórter, capaz de dar conta de negatividades do contexto social que envolvem o fato em si, particularizaria o singular. Segundo o autor, "*a notícia crítica* que apanha os fatos numa perspectiva revolucionária, constitui a singularidade como algo que transborda sua relação meramente funcional com a reprodução da sociedade". (GENRO FILHO, 2012, 198)

Nessa linha de pensamento, Karam chama atenção para os veículos jornalísticos que adotam hoje um discurso conservador, abastecendo-se "de um limite de explicações factuais, com pautas e fontes que não levam às últimas consequências as razões da negatividade social, seja por razões ideológicas, mercadológicas ou políticas editoriais, ou por falta de tempo e outras limitações." (2004, 72). De acordo com ele, tal discurso poderia iniciar com a abertura para o "espaço público da diferença, essência da democracia" (KARAM, 2004, 124). Entende-se assim que um jornalismo público a serviço da democracia está na divulgação de informações que possam embasar a crítica sobre assuntos de ordem social, a fim de possibilitar maior poder de participação popular. Karam constata, por exemplo, que "em geral não duram muito pautas sobre redistribuição de riqueza em um país que ocupa o primeiro lugar em concentração de renda e desigualdades sociais no mundo" (2004, 132). Acredita-se que dar voz a pensamentos diferentes que possam interessar a uma maioria lesada e ajudá-la a sair de uma posição passiva seria investir em condições iguais de diálogo entre diferentes classes. Tratando-se da moral da prática da profissão jornalística, entendendo os jornalistas como privilegiados e correspondentes da sociedade da informação, cabe o pensamento de Norbert Bilbeny, pesquisador de ética, de que o desafio nessa era é

"impedir a disseminação de indivíduos informados mas indiferentes, inteligentes mas cruéis. O ético é evitar a apatia e o adormecimento dos sentidos" (apud KARAM, 250).

Em defesa de uma democracia mais forte no mundo atual, pode-se pensar que uma das questões do exercício ético jornalístico estaria na luta contra um pensamento único de mercado, entendendo a crítica como essência do Jornalismo e o mercado como instância que também pode e deve ser questionada. A linha de pensamento único que objetiva o crescimento econômico norteia não apenas as atividades de produção, mas o modo de compreensão do funcionamento do mundo, como por exemplo a lógica que faz o senso comum afirmar para tudo que "tempo é dinheiro". Genro Filho (2012, 197) explica que a ideologia da objetividade no jornalismo esconde e indica uma ideologia burguesa com a finalidade de reproduzir e confirmar relações capitalistas. Para ele, a limitação da objetividade deve ser percebida como "um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade" (GENRO FILHO, 2012, 194). Pode-se entender como a possibilidade do homem, inserido na sociedade, pensar além do fato, em direção a uma evolução. Dessa forma, o fato se constituiria a partir do significado que o acontecimento tem para o sujeito (GENRO FILHO, 2012, 195). Sobre o desenvolvimento desse olhar no Jornalismo, aproxima-se o raciocínio de Fritjof Capra (2012), físico crítico do pensamento cartesiano, que considera o estímulo a diferentes formas de perceber o mundo um ponto importante para a emergência de uma nova sociedade.

Em termos de ética profissional, de acordo com Karam, uma questão a ser combatida é o cinismo existente entre a divulgação do comprometimento com o interesse público, por parte dos códigos de ética das empresas de mídia, e sua verificação na prática: "A utilização de um discurso e sua negação operacional leva ao conceito de razão cínica." (2004, 100). Para o pesquisador, a esperança depositada no jornalismo passa por seu aceite de não ser um "conformado refém do presente", mas que serve "para mostrar que a negatividade social talvez seja suficientemente forte a ponto de levar o jornalismo a superar seus limites econômicos, políticos e ideológicos". (KARAM, 2004, 260) Mesmo que os assuntos das misérias da sociedade sejam expostos pela mídia, deve-se considerar o direcionamento da sua cobertura. Segundo Genro Filho (2012, 201), conforme as relações estabelecidas na formação do contexto da notícia a mesma pode ter uma perspectiva ideológica funcional ou revolucionária. No desenvolver do discurso da notícia, ele considera que a radicalização da singularidade do fato,

quando esta se transforma no conteúdo único da matéria, de forma acrítica, provoca "a impressão de naturalidade e eternidade das relações sociais vigentes" e "afirma a reprodução, o mundo como algo dado." (GENRO FILHO, 2012, 207). Ao reduzir o conteúdo ao aspecto do sensível, haveria um reforço do senso comum que vê o mundo como positivo e a reprodução de um conteúdo conservador. Ele conclui que, agindo desta forma, os jornais "geralmente produzem um discurso de reforço dos valores, como meio para excitar não apenas as sensações como também os preconceitos morais do público." (GENRO FILHO, 2012, 207).

Entende-se aqui, portanto, que a inclusão da ideia de atuação do jornalismo na sociedade com uma função crítica é condição para o surgimento da deontologia jornalística, conceito que, de acordo com Cornu (1994, 131), integra uma dimensão ética à dimensão deontológica (da prática e das técnicas) da profissão.

1.3 Jornalismo econômico e interesses do capital

Por conta da especialidade do Jornalismo Econômico ser pautada pelo mesmo mercado que põe em questão a prioridade ao atendimento de interesse público¹⁰ ao interesse privado, parece propício analisar tal editoria a fim de identificar as influências mais nítidas que este sistema econômico pode provocar no Jornalismo. As interferências de interesses privados podem ficar ainda mais visíveis no Jornalismo quando este trata dos assuntos referentes à Economia. Além dos interesses da publicidade, como dito anteriormente, para os fins desta pesquisa faz-se necessário uma questão focada na deontologia da especialidade jornalística que aqui se pretende estudar: o Jornalismo Econômico está a serviço de quem?

A resposta "do público" neste caso não soa tão convincente. A considerar pela utilização de uma linguagem mais hermética, contrariando um dos princípios mais básicos do jornalismo de utilizar uma linguagem simples e acessível a todos, parece que esta editoria em particular se distanciou mais do público em geral que as demais. Uma

¹⁰ A expressão "interesse público" é adotada neste estudo para designar o interesse a questões sociais, que talvez fosse melhor designada por "interesse social". Apesar de considerar a expressão utilizada um pouco limitada, optou-se por utilizá-la por ser a mais arraigada nos estudos de Jornalismo e Comunicação.

pesquisa realizada em 2003 pela Ipsos-Marplan, da Ipsos Brasil (apud PULITI, 2013, 29), nos veículos *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo*, apontou que 75% dos leitores não liam os cadernos de economia porque não entendiam o que estava escrito. Considerando o fato de já ser pequena a parcela da população brasileira que tem o hábito de ler jornais, pode-se ter ideia do quanto é restrito o público desta editoria. Além deste indicativo e da elitização do Jornalismo Econômico, Paula Puliti defende a tese de que houve uma financeirização desse noticiário (2013). De acordo com esse conceito, a pesquisadora defende, com base em análise empírica nas editorias de economia de veículos nacionais, que o Jornalismo Econômico recente volta-se aos interesses do capital financeiro, não apenas divulgando informações de seu interesse, mas sendo pautado por ele, praticando o que no campo da Comunicação pode ser entendido quase como um serviço de assessoria de imprensa. Segundo Puliti, esta seria uma relação de recíproca conveniência: cômoda para a imprensa, que recebe facilmente informações de fontes "importantes", com a devida autoridade científica; e de interesse dos economistas que ganham credibilidade com a divulgação de seu trabalho pela mídia jornalística, gozando de uma imagem legítima perante a sociedade. Alguns desses economistas utilizariam ainda da credibilidade da ocupação de um cargo público, recente ou mesmo no passado, para ocupar espaço na mídia e esconder interesses privados.

Os repórteres buscam valorizar suas matérias entrevistando ex-ministro da Fazenda ou ex-presidentes e ex-diretores do Banco Central. Mas, creditá-los como ex-autoridades na maioria das vezes ofusca o fato de que a fonte pode ser, na verdade, dirigente de uma instituição financeira privada, portanto parte interessada no andamento da política econômica. (...) [Muitos] saíram da área acadêmica ou mesmo dos bancos e foram para o governo, tendo o serviço público não necessariamente como um fim, mas mais provavelmente como um meio para chegar ao setor privado ou se consolidar nele como renomados consultores ou diretores de instituições. (PULITI, 2013, 66)

Além da divulgação do próprio trabalho, de um modo geral economistas adeptos à propagação do neoliberalismo veem no poder da mídia importante aliado para manutenção da ideologia do sistema econômico que defendem. Desse modo compreende-se a ideia de Puliti de que o Jornalismo Econômico agenda a opinião pública, e que os economistas agendam a imprensa (2013, 63). A pesquisadora explica que a conquista do noticiário por parte dos economistas foi um caminho construído a partir das assessorias de imprensa, dos *media training* realizados para empresas de grande porte, dos cursos de especializações sobre economia (alguns pagos, mas oferecidos gratuitamente para jornalistas, muitos dos quais acabam incorporando a ideologia do mercado e orientando seu pensamento crítico desta forma), dos prêmios oferecidos pelas empresas que incentivam a publicação de determinado assunto, da criação dos departamentos econômicos dos bancos, corretoras e consultorias. Com relação aos departamentos econômicos, a pesquisadora assinala que, assim como as assessorias, eles "possuem estratégia comunicacional de construir espaços nos jornais" (PULITI, 2013, 75). A principal forma de fazer isso está no envio gratuito aos jornalistas de análises de planilhas (que em geral são vendidas para o público investidor).

Para Kucinski (1996, 16) o jornalismo possui um papel estratégico para legitimação e construção da credibilidade do capital financeiro junto à população. Uma das formas dessa contribuição, de acordo com Puliti, pode ser localizada quando o Jornalismo dá aos economistas o poder de influenciar, uma vez que suas declarações, traçando cenários sobre o futuro econômico (2013, 26) impactam diretamente na Economia, criando expectativas de mercado, orientando aplicações e investimentos. Além de pautarem, os economistas divulgam a ideologia do neoliberalismo financeiro ao orientar o discurso dos assuntos, colocando temas como privatizações, desregulamentação, reformas e rigidez fiscal como predominantes na agenda econômica nacional (2013, 21).

Segundo Puliti, com a predominância do discurso dos representantes do mercado financeiro, o jornalismo reflete a ideologia neoliberal (2013, 22). Ela considera que existe hoje um Jornalismo Econômico polifônico, mas que este ouve sempre as mesmas fontes, com uma falsa impressão de pluralidade, oficializada pelo discurso científico, sagrado (neutro) e dificilmente questionável pelo Jornalismo. É importante acrescentar a esta questão a restrição do Jornalismo a ouvir apenas economistas que pertencem à linha dominante, a dos

mainstream, e uma distorção de entendimento sobre a ciência econômica como uma ciência neutra e objetiva, como as naturais, e não como uma ciência social aplicada, maleável e movida a humores, apesar da aura de exatidão que os números possam lhe dar. Estaria camuflada e disseminada, assim, uma visão de mundo dominada pelos poderes privados - a visão moderna neoliberal¹¹, de acordo com a qual o livre mercado é capaz de resolver naturalmente os problemas da sociedade. De acordo com Kucinski, “O predomínio da ideologia neoliberal levou a uma ideologização da cobertura macroeconômica, simultaneamente a uma expansão do jornalismo de negócios.” (1996, 16).

Puliti problematiza a questão afirmando que

A predominância do discurso neoliberal financista não obedeceu a um processo abrangente e aberto de formação de consensos. [...] O que nunca se questiona é que por trás desse receituário está a preocupação dos financistas com a capacidade de governos pagarem suas dívidas, bem como acabar com a influência do poder público sobre o privado. (2013, 42)

Para a pesquisadora, através da convivência com o modelo econômico o noticiário revelou-se "omisso na crítica à política econômica" (2013, 61). Ela realça que a substituição do termo "economia política" por "economia" reduz o tema a uma visão racional técnica, distanciando-se do conteúdo social e excluindo "as dinâmicas políticas como determinantes dos processos econômicos" (PULITI, 2013, 55).

Esta apropriação do espaço público pelos interesses do capital financeiro gera inúmeras consequências na Economia. Um dos apontamentos de Karam (2004, 234) é que "A especulação internacional dos investidores é umas das causas do déficit público dos países.". Já o discurso neoliberal comumente explica que a dívida é resultado de más administrações públicas ou ainda da má regulamentação do mercado. O pesquisador chama atenção para a importância do *desarmamento do poder financeiro*, em favor do *interesse cívico*.

Outras considerações da tese de Puliti a respeito do predomínio do discurso dos economistas que geralmente são entrevistados é que a

¹¹ Para mais detalhes sobre a evolução das fases da Economia e do que aqui se entende por neoliberalismo ver capítulo 3.

essência manipulável dos números além de esconder interesses, não foi capaz de prever as crises no México, Argentina e Ásia, nem a crise global de 2008, iniciada nos Estados Unidos. No primeiro exemplo, em 1994, os números do PIB cresciam e os mexicanos acreditavam estar aproximando-se do primeiro mundo. Entretanto, com 30% da população em pobreza absoluta, seriam na verdade os precursores da crise dos países periféricos que adotaram o modelo neoliberal (PULITI, 2013, 56). Para Puliti, dessa forma o jornalismo fracassa "em seu papel de ir além da superficialidade do discurso, das ideias e dos acontecimentos, deixando de questionar as supostas verdades científicas de um modelo econômico excludente e consumista." (2013, 22).

A falta de crítica no jornalismo econômico corrobora com a ideia de despolitização da economia. Por despolitização entende-se a não politização de alguma questão, neste caso a não discussão dos poderes envolvidos na configuração da economia e suas consequências sociais. Puliti critica o uso dos números sem visão de conjunto: "o uso abusivo de projeções [...] ignora as dinâmicas da política e do comportamento social como determinantes dos processos econômicos." (2013, 27). Ela considera que desta forma as análises que medem eficiência são feitas no contexto do mercado e não da sociedade. Como exemplo, fala do tratamento dado ao desemprego apenas como um indicador, e da cobertura da inflação, mais direcionada aos impactos sobre os investimentos que nos efeitos que tem sobre a população. Outro forte exemplo estaria no caso brasileiro na cobertura da implantação do Plano Real, através do qual conquistou-se maior estabilidade para a economia brasileira. O Plano foi feito com base no Consenso de Washington, um receituário feito por representantes dos Estados Unidos, do Banco Mundial, do FMI e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que orientava os países da América Latina a abrirem sua economia ao mercado externo e diminuir o tamanho do Estado (PULITI, 2013, 49). O Plano trouxe grande alívio para a economia brasileira, mas algumas questões deixaram de ser debatidas. Conforme Delfim Netto (apud PULITI, 2013, 53), os brasileiros trocaram o problema da inflação por outros três problemas que não precisariam ter ocorrido: desemprego, aumento da dívida que exigiu aumento da carga tributária e constrangimento com o déficit público. Puliti acrescenta que "os bilionários recursos das privatizações [...] não tiveram como destino qualquer programa social. O dinheiro, segundo o próprio governo Fernando Henrique Cardoso, serviu para amortizar a dívida pública - o que só beneficiaria aos credores." (2013, 53).

A noção de eficiência no mercado capitalista considera os altos retornos apontados pelos índices. Importa o tamanho do ganho, independente do contexto social (PULITI, 2013, 26). Contra essa noção de eficiência, Fritjof Capra, físico e teórico de sistemas e defensor do desenvolvimento sustentável, recorda o problema do índice de Produto Nacional Bruto, que desconsidera os aspectos não monetários da economia, e assinala algumas discrepâncias:

Custos sociais, como os de acidentes, litígios e assistência à saúde, são adicionados como contribuições positivas para o PNB; a educação ainda é frequentemente tratada como uma despesa e não como um investimento, ao passo que o trabalho realizado em casa e os bens produzidos por esse trabalho doméstico não são considerados. Embora a inadequação de tal método contábil seja hoje reconhecida de um modo geral, não se fez qualquer esforço sério para redefinir o PNB como medida efetiva de produção e riqueza. (CAPRA, 2012, 222)

1.4 O jornalismo econômico para além da financeirização

É fato que a restrição do entendimento ideológico da Economia à Economia do mercado capitalista financeiro com fins lucrativos vai além do campo do Jornalismo, estendendo-se para outras áreas de atuação na sociedade. Como argumento de defesa do Jornalismo, justamente por este tratar de cobrir a realidade na qual nos situamos, pode-se pensar que o mesmo, em seu processo de seleção de pautas, esteja apenas refletindo a maior parte dos fatos ou pensamentos sociais vigentes, uma vez que os jornalistas estão também culturalmente inseridos e se formaram neste espaço. Poderia ser então coerente pensar que, se a maior parte da realidade econômica é composta pela economia do modelo de mercado hegemônico, logo a maior parte do noticiário econômico irá tratar da economia desse mercado e, se há algo errado neste processo, a responsabilidade sobre este problema talvez estivesse mais nas áreas da Economia, Sociologia ou Filosofia.

Talvez assim poderia se justificar os objetivos referentes ao termo "Econômico" no que se entende hoje por Jornalismo Econômico, através do que é produzido nas redações. Mas e quanto ao termo que o precede? É o "Jornalismo"? Retoma-se aqui a função de seu

compromisso social através de uma abordagem crítica. A configuração da sociedade atual parece conduzir a um pensamento de naturalização do distanciamento entre Economia e sociedade, e talvez por isso muitas pessoas não se sintam lesadas quando deixam de ser o público-alvo dos jornais ao adentrar nos assuntos de Economia. Kucinski considera que haja um elitismo na cobertura jornalística dos assuntos de ordem econômica:

As grandes empresas e seus executivos são os protagonistas principais da narrativa jornalística. Assim como são privilegiadas as economias mais poderosas, em detrimento das mais pobres, mesmo que sejam muito mais populosas, o que explica a precariedade da cobertura do Terceiro Mundo pelas agências de notícias, como já vimos. A cobertura se concentra nos grandes grupos econômicos, negligencia amplos setores de pequenas e microempresas e ignora a diversidade da agricultura. (1996, 185)

O pensamento econômico hegemônico deixa dúvidas sobre a existência de saídas para a situação na qual a sociedade se encontra. É comum ouvir, até mesmo de críticos a esse sistema, que não há alternativas ao capitalismo. Em termos de Economia, os jornais disseminam a visão de mundo "em que as leis da oferta e procura prevalecem como fator único de regulação das sociedades" (PULITI, 2013, 27). Para Puliti, tal comportamento ignora o debate de ideias e foge do processo democrático. Parece que a existência de uma questão econômica maior que a tratada pelos jornais é assim uma grande incógnita, pouco abordada pelo Jornalismo talvez por debruçar-se mais nos interesses do capital do que no contexto social em que este se insere.

Conforme justificado na introdução deste trabalho, que será melhor detalhado no segundo capítulo, a Economia Social, que tem o cooperativismo como seu mais forte representante, propõe-se como uma alternativa social ao modelo predominante. Insere-se no capitalismo, mas possui bases ideológicas diferentes e até opostas. No âmbito econômico, o cooperativismo é uma forma alternativa de produção que surge em nível local e tem ideais locais, mas que hoje também já se alastra para o espaço mundial, por conta de seu desenvolvimento, através da criação de redes e sistemas. Logo, mesmo em termos de números, para utilizar um dos principais critérios que conferem

noticiabilidade aos fatos no noticiário econômico, sua participação não parece tão ínfima a ponto de poder ser ignorada.

Através da financeirização, Puliti defende que o jornalismo transforma a questão da Economia em uma questão de finanças, e não considera sua amplitude. A busca por soluções para os problemas que se configuram a partir de um sistema econômico hegemônico adotado pode não ser missão direta dos jornalistas, mas ao Jornalismo cabe o compromisso com a notícia crítica. As perguntas que se fazem são: *a questão da Economia é na realidade atual uma questão maior que as finanças? Como ela pode ser vista de forma mais ampla?* Os modos alternativos de produção são exemplos de alternativas que cresceram e ocupam espaço, inclusive financeiramente, mas que parece ainda não ocuparem muito espaço nas editorias de economia. É a partir disso que este trabalho se ocupa de uma análise da cobertura do Jornalismo Econômico sobre a Economia Social, um dos assuntos que abarcam essa amplitude, com foco no cooperativismo, seu mais tradicional representante. Antes de tratar deste tema, porém, faz-se necessário para a pesquisa aqui realizada uma abordagem sobre os critérios definidos pelo modo de produção jornalística no que diz respeito à seleção do que é ou não noticiado, os critérios de noticiabilidade. Aos estudos desses critérios serão aproximados alguns conceitos e pensamentos da Sociologia das Ausências de Boaventura de Sousa Santos de modo a refletir sobre a produção de ausências pelo Jornalismo.

CAPÍTULO 2 - OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A LÓGICA DE PRODUÇÃO DE AUSÊNCIAS DE BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS

A noticiabilidade é um assunto tradicional nas pesquisas de Jornalismo. Conforme descrito no primeiro capítulo, a primeira tese de Jornalismo, de Peucer (2004), no século 17, já tratava de distinguir características para determinar os assuntos que mereciam ser noticiados e os que deveriam ficar de fora. Ao longo dos anos as pesquisas avançaram nestes termos. A teoria do *gatekeeping*, formulada por Manning White em 1950, utiliza a metáfora de porteiros que determinam o que entra e o que fica de fora. Na década de 1970, a teoria do agendamento, de Maxwell Maccombs e Donald Shaw, primeiro tratava de explicar que os meios de comunicação, através daquilo que informavam, agendavam os assuntos que seriam discutidos pela sociedade. Com o passar dos anos, o desenvolvimento desta teoria passou a tratar também do quê (ou quem) pautava a mídia.

A fim de conferir credibilidade e unidade à área, vários pesquisadores preocuparam-se em listar, nomear e classificar critérios que atribuíssem aos fatos valores, conhecidos por valores-notícia, que auxiliassem o processo de seleção e justificassem a escolha de determinados eventos ou fatos em detrimento de outros. Isso pode ajudar a explicar em parte porque sociedades com culturas e costumes às vezes tão diversos podem possuir um noticiário tão parecido. A depender do pesquisador alguns termos mudam, mas em sua maioria os critérios são muito próximos. Cito Nilson Lage, cuja dissertação de mestrado originou "*Ideologia e técnica da notícia*", um dos livros básicos das escolas de Jornalismo no Brasil. Segundo Lage (2001), os itens a ser considerados na seleção e ordenação das informações são: proximidade, atualidade, identificação, intensidade, ineditismo e oportunidade. Os estudos de critérios de noticiabilidade e valores-notícia representam um reconhecimento científico sobre a importância da pesquisa em Jornalismo. A título de curiosidade, vale a recordação que em suas aulas de Teoria da Informação¹², Lage apresentava equações logarítmicas sobre a quantidade ideal de informações que cada palavra da notícia deveria conter para maior aproveitamento do espaço de mídia.

¹² A disciplina de Teoria da Informação foi cursada por esta pesquisadora no segundo semestre de 2005, no curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Entretanto, falar apenas da listagem de valores-notícia de Lage seria reduzir a sua obra, uma vez que no mesmo livro, em sequência, o pesquisador considera que

Na realidade das empresas de comunicação, esses fatores influem segundo a ordem de interesses de classe ou grupo dominante; secundariamente, operam ainda gostos individuais de pessoas que dispõem momentaneamente de algum poder, ou estratégias fundadas em avaliações prévias quanto a efeitos, consequências ou desdobramentos de um fato noticiado. (2001, 94)

Interessa para este trabalho discorrer sobre o que fica de fora dos jornais e, por consequência, de boa parte das discussões sociais, considerando que a mídia possui um importante papel na divulgação de informação e na formação de opinião da sociedade. Na parte empírica deste trabalho procura-se identificar aquilo que o pensamento moderno não considera relevante e pretende-se tratar de possíveis intenções que levam o Jornalismo na sociedade a desconsiderar determinados acontecimentos. Contribuirão neste sentido as ressalvas e considerações de Nilson Lage sobre cada valor-notícia.

Para embasar este estudo busca-se uma relação entre fatos ou eventos que não passam pelo filtro do Jornalismo, com o que Santos chama de "desperdício de experiência social", como resultante da configuração do mundo moderno. Santos chama de "formas sociais de inexistência", no âmbito geral da Sociologia, aquelas realidades que aparentemente

estão apenas presentes como obstáculos em relação às realidades que contam como importantes, sejam elas científicas, avançadas, superiores, globais ou produtivas. São, pois, partes desqualificadas de totalidades homogêneas que, como tal apenas confirmam o que existe e tal como existe. São o que existe sob formas irreversivelmente desqualificadas de existir. (2002a, 249)

Tal desperdício serve de premissa para o sociólogo português propor um novo modo de estudar e pensar a sociedade. O modelo abrange uma *Sociologia das Ausências*, uma *Sociologia das*

Emergências, e é completado por um *Processo de Tradução*. É resultado de uma análise profunda de um intenso projeto de investigação, intitulado "Reinventar a Emancipação Social: Para Novos Manifestos". O projeto reuniu 69 pesquisadores de seis países e resultou em uma coleção de sete livros sobre globalização alternativa, abrangendo os seguintes temas: democracia participativa, sistemas alternativos de produção, multiculturalismo, justiça e cidadania culturais, luta pela biodiversidade entre conhecimentos rivais, novo internacionalismo operário (SANTOS, 2002c, 21).

Com este novo modo de análise proposto por Santos, a Sociologia daria conta de minorias e ideias que foram marginalizadas por uma ciência desenvolvida na modernidade, que daria espaço apenas para temas de interesses hegemônicos. Como principal fonte de informação declarada a serviço da sociedade, entende-se que o papel do Jornalismo seja determinante neste processo e que sua atividade está diretamente ligada a esta questão, podendo agravar o problema do desperdício de experiência social, localizado por Santos, através da falta de cobertura, ou auxiliar em sua resolução, abrindo espaço para as diversas experiências existentes, não apenas divulgando-as como também questionando-as. Deste modo, é importante ressaltar que o presente trabalho parte do princípio de que nem todo exercício de acolhimento de minorias pretende necessariamente defendê-las, mas considerá-las.

2.1 O desperdício de experiência social e a localização das ausências em Santos

Para efeitos deste trabalho, comunga-se da seguinte constatação denunciada por Santos: há uma riqueza social sendo desperdiçada e "é deste desperdício que se nutrem as ideias que proclamam que não há alternativa, que a história chegou ao fim, e outras semelhantes." (2002a, 238). Para combater tal desperdício, o pesquisador defende que é necessária uma mudança no modo de pensar. Realiza uma crítica ao modelo de racionalidade ocidental e propõe uma outra racionalidade. Ao paradigma que conduz a lógica do pensamento moderno, Santos chama *razão indolente*. Como alternativa a este modelo, propõe o que nomeia como *razão cosmopolita*. Enquanto "a indolência da razão manifesta-se, entre outras formas, no modo como resiste à mudança das rotinas, e como transforma interesses hegemônicos em conhecimentos verdadeiros" (SANTOS, 2002a, 241), a razão cosmopolita fundamenta

um trabalho de estímulo a ações de mudança e de identificação e localização de ausências e marginalidades (eventos não hegemônicos).

A razão cosmopolita considera que a compreensão do mundo está além da compreensão ocidental do mundo e propõe de início um olhar diferenciado sobre o tempo: a expansão do presente e contração do futuro, a fim de conhecer e valorizar a "*inesgotável experiência social*" dos dias atuais. É para expandir o tempo presente que Santos propõe a Sociologia das Ausências. A contração do tempo futuro é realizada pela Sociologia das Emergências. Nesta última, há uma ressalva ao pensamento ocidental de conceber o futuro como um futuro da sociedade, infinito, além da existência dos indivíduos. Santos fundamenta a Sociologia das Emergências nos conceitos de *Não* (*Nicht*) e *Ainda-Não* (*Noch Nicht*) propostos pelo filósofo Ernst Bloch em oposição aos conceitos de *Tudo* (*Alles*) e *Nada* (*Nichts*) da filosofia ocidental. Aqueles levariam à compreensão do futuro como um espaço de *capacidades* e *possibilidades*, entendendo que "dizer não é dizer sim a algo diferente" (SANTOS, 2002a, 255). Na crítica ao que chama de razão proléptica, outra manifestação da razão indolente que, como na técnica narrativa, assume o conhecimento do futuro no presente (2002a, 240), Santos propõe contrair "o futuro, tornando-o escasso e objeto de cuidado" no tempo presente, entendendo-o como algo alcançável. Por fim, o Processo de Tradução trata-se de uma teoria não-geral capaz de identificar laços de interação entre "a imensa diversidade de experiências sociais revelada" pelos processos da Sociologia das Ausências e das Emergências, dando coerência entre elas, criando "uma inteligibilidade mútua entre experiências possíveis e disponíveis." (2002a, 239).

Como já dito, o foco desta pesquisa está na aplicação da primeira destas propostas, a Sociologia das Ausências, no Jornalismo. A Sociologia das Ausências trata-se de uma contraposição da razão cosmopolita ao que o sociólogo considera uma das formas de manifestação da razão indolente, a razão metonímica. Como dito na Introdução deste trabalho, Santos explica que a razão metonímica é aquela que reduz a realidade àquilo que é hegemônico, seja em termos de quantidade ou pela naturalização de alguma forma de poder. "A razão metonímica não é capaz de aceitar que a compreensão do mundo é muito maior do que a compreensão ocidental do mundo". (SANTOS, 2002a, 243). Sobre as não-existências, o sociólogo entende que elas são verdades provocadas: "O que não existe é, na verdade, ativamente produzido como tal, isto é, como uma alternativa não-credível ao que

existe." (SANTOS, 2002a, 246). Para lembrar do que teórico musical John Cage fala sobre silêncio, pode-se dizer que haveria uma falta de intenção para observar e considerar a existência de outras presenças. Conforme o sociólogo, a razão metonímica possui cinco lógicas de produção de não-existências na sociedade:

1 - a monocultura do saber e do rigor do saber: um cânone define o que é critério único de verdade, de conhecimento. O que o cânone não legitima ou reconhece é declarado inexistente, na forma de ignorância ou incultura.

2 - monocultura do tempo linear: a história possui uma lógica com sentido e direção único e conhecido e considera existente apenas o que é avançado. É residual tudo o que de acordo com essa norma temporal é atrasado.

3 - monocultura da naturalização das diferenças: lógica da classificação social. Naturaliza as hierarquias sociais. A não existência é produzida na inferioridade natural impossível de ser superada.

4 - lógica da escala dominante: considera existente somente a realidade expressada em escala global ou universal. O particular ou local não possuem credibilidade diante das escalas maiores.

5 - lógica produtivista, monocultura dos critérios de produtividade capitalista: o crescimento econômico e o critério de produtividade são inquestionáveis e considera improdutivo ou desqualificado todo trabalho que não maximiza a geração de lucros.

2.2 A crítica à razão metonímica e a produção jornalística

A fim de levantar possíveis ausências no Jornalismo, pretende-se identificar como esta razão metonímica influencia na lógica de pensamento que conduz o modo de produção das notícias em favor do todo, hegemônico. A pergunta para este exercício é: de que forma as lógicas de produção de não-existência (monoculturas) propostas por Santos atuam no Jornalismo? A aplicabilidade desta teoria no Jornalismo será pensada através do cruzamento de alguns critérios de noticiabilidade (lógica de pensamento que conduz a produção jornalística) com as lógicas da razão metonímica, produtoras de não-existência.

Monocultura do saber. O Jornalismo entende que a proximidade de um fato é um valor que desperta maior interesse. Um acidente ocorrido no bairro interessa muito mais do que um acidente

(nas mesmas proporções) ocorrido em outro estado, país ou continente. Porém, de acordo com Lage, no Jornalismo "Relações culturais ou comerciais instituídas como dependência facilitam a penetração de mensagens provenientes de produtores hegemônicos" (LAGE, 2001, 94). Ele dá dois exemplos:

no caso atual do Brasil o interesse é maior pela produção literária da Europa e dos Estados Unidos do que pela das nações vizinhas da América Latina, a qual só despertará atenção se sancionada pelos críticos *formadores de opinião*, eles mesmos voltados para os centros europeus e norte-americanos. Fenômeno idêntico ocorrerá com as cidades menores em relação às metrópoles: um artista, ou uma canção, de São Luís do Maranhão chegará a Belém do Pará, como produto de consumo, a partir de sua aceitação no Rio de Janeiro e São Paulo. (LAGE, 2001, 94 e 95)

Neste trecho, pode-se identificar dois cânones: os críticos formadores de opinião, que legitimam ou não as obras latino-americanas, e o eixo Rio-São Paulo, que reconhece ou não o talento artístico. Aprofundando um pouco tais exemplos, pode-se perguntar: (1) Qual a frequência de países vizinhos no noticiário nacional e com que frequência aparecem os países europeus e os Estados Unidos? (2) Qual a frequência de aparição de artistas locais ou regionais no jornalismo cultural e que espaço é dado para a divulgação da produção cultural do eixo Rio-São Paulo no jornalismo cultural (ou de entretenimento) nas demais regiões do país? As respostas precisas para tais questões requerem pesquisa empírica, mas acredita-se que uma leitura com observação um pouco mais apurada de um jornal pode conferir uma noção geral sobre o assunto.

Outros cânones identificáveis no jornalismo são as fontes oficiais. A posição ou informação de um órgão ou pessoa com autoridade no assunto (detentora de um grande saber sobre o tema) em sua maioria é relatada como verdade, inquestionável, enquanto outros atores são ignorados.

Monocultura do tempo linear. O novo está na raiz da palavra notícia, que na língua inglesa é representada pela mesma palavra. Ao Jornalismo interessa aquilo que é atual, segundo Silva (2005: 103)

"princípio primeiro do jornalismo". A esse respeito, Lage acrescenta que o novo pode se confundir com o que ainda não é conhecido, possuindo assim um significado diferente do que está mais próximo na linha do tempo. Ele explica que acontecimentos históricos podem adquirir interesse em sua semelhança com o presente, fenômeno ao qual denomina *transatualidade*. Pode-se reconhecer na ignorância a esta *transatualidade* uma ausência provocada pela lógica do tempo linear.

Mas a crítica maior de Santos ao que esta monocultura provoca está na negação do que não acompanha o desenvolvimento moderno. O obsoleto ou atrasado, segundo essa lógica, não merece visibilidade senão como algo que está em desenvolvimento e busca um progresso semelhante ao padrão hegemônico. Essa lógica poderia explicar a diferença da presença dos Estados Unidos e de países da África no noticiário brasileiro. Em geral, entende-se que nada há de melhor na África do que nos Estados Unidos. Difícil recordar alguma notícia nos cadernos de mundo ou internacionais que remeta à produção de conhecimento africano ou à miséria norte-americana.

Monocultura da naturalização das diferenças. As diferenças racial e de sexo são apontadas por Santos como as mais perceptíveis na história. No Jornalismo brasileiro um reforço que replica as diferenças e cria inferioridades pode ser percebido no tratamento dado, na maioria das coberturas, aos povos indígenas e aos paraguaios. Jorge Ijuim cita um exemplo deste caso em uma matéria sobre demarcação de terras indígenas que chama de paraguaios os indígenas que ali estão, e assim avalia o trabalho do repórter:

Já no título, “made in Paraguai”, denota um primeiro estigma: tudo e todos daquele país são falsificados. Num texto cheio de ironia, certezas arrogantes, o repórter afirma sua disposição em contestar as “grandes extensões dessas áreas demarcadas para abrigar tão poucos”. Essa postura revela a manutenção de pensamento e práticas coloniais que, além de serem excludentes, são desumanizadores. (IJUIM, 2013, 10)

No mesmo texto, Ijuim também aborda outros casos em que a mídia reforça pensamentos indicativos de diferenças de classe social. O pesquisador analisa uma amostra de reportagens sobre a Fundação Casa (antiga Febem), instituição que abriga adolescentes em situação de risco, e outro grupo de matérias sobre uma greve da polícia militar.

Acrescenta-se a esses exemplos outros de mesma envergadura: a cobertura da imprensa sobre outras greves, comumente tratadas como um problema de perturbação da ordem e não como uma luta social que reivindica direitos, e os atentados a civis com incêndios a ônibus a mando de detentos, que também possuem reivindicações. Se elas são ou não aceitáveis é uma questão a ser tratada pelas coberturas, mas não podem ser ignoradas. Conforme a análise de Ijuim, nesse tipo de caso a imprensa assume a postura de privilegiar as consequências e não as causas, corroborando com a crítica de Boaventura de Sousa Santos sobre ciência moderna, produzindo uma "coisificação" de fenômenos sociais, reduzindo os acontecimentos a coisas ao não dar conta de seu contexto: "A imprensa raramente têm tratado das *causas* desses fenômenos, o que acaba por configurar versões únicas (não plurais) dos acontecimentos." (IJUIM, 2013, 10).

A identificação social e a identificação humana são valores-notícia citados por Lage que se pode acrescentar na avaliação desses casos. Na identificação social, um indivíduo identifica-se com outro naquilo que projeta para si, na identificação humana com um "herói", um ideal humano, "um grande atleta, uma cantora notável, um cirurgião habilíssimo", e em contraposição, não se identifica humanamente com o marginalizado. Talvez por isso as coberturas acima citadas deixem de lado o fenômeno, questão que aparentemente não possui interesse do público mas que se acredita que por razões éticas e deontológicas, em prol do interesse público, não poderiam ser ausentadas.

Monocultura da escala dominante. A lógica da escala dominante conduz o jornalismo a abrir espaço ao que é reconhecido pela maioria, e secundarizar o específico. Santos explica que o universal é reconhecido independente de seu contexto, enquanto o local precisa se justificar. A noticiabilidade aqui é conferida por uma massa de pessoas que também atua como cânone de reconhecimento para um fato ou evento. O impacto provocado pelo número de pessoas afetadas ou envolvendo grandes quantias de dinheiro confere valor ao fato como notícia. O oposto disso é a consideração de fatos isolados como não importantes. É desta forma que uma morte por fome, aparentemente, a julgar pelo que sai nos jornais, não causa tanto espanto quanto 100 mortes em um acidente aéreo.

Monocultura dos critérios de produtividade capitalista. Como parte integrante e integrada na sociedade atual, enquanto produto de uma empresa, o jornalismo não questiona a lógica de produção capitalista. Segundo Santos (2002a, 253), "os sistemas de alternativas de

produção, das organizações econômicas populares, das cooperativas operárias, das empresas autogeridas, da economia solidária, etc.", foram ocultados e descredibilizados pela "ortodoxia produtivista capitalista". Na setorização do jornalismo em editorias, o jornalismo econômico é o responsável por tratar dos modos de produção, mas dificilmente localiza-se nele a cobertura de algo diferente da produtividade propagada pelo sistema capitalista. A lógica atual condiciona a pensar que não há alternativas para o capitalismo e suas mazelas.

A tese de Puliti sobre a financeirização do noticiário econômico, citada no capítulo anterior, ajuda a demonstrar uma manifestação a respeito dessa ótica unidirecional no Jornalismo. Ela defende que a linha de pensamento econômico que prevalece nos jornais é a dos economistas do mercado financeiro com os jargões e termos técnicos que distanciam o noticiário econômico da maioria dos leitores do jornal. Com uma certa naturalização, aceita-se que a economia seja um assunto que não interessa à maioria da população, que muitas vezes nem compreende muitos dos temas ali tratados. A própria linguagem do noticiário econômico nem sempre é voltada para o público em geral.

Se há uma tendência a reproduzir um sistema hegemônico de produção, há uma tendência em criar ausências, desconsiderando outros modos. A ausência da cobertura sobre as alternativas de produção, como aquelas que compõem a chamada Economia Social, que não objetiva a geração de lucros, é a forma que o Jornalismo manifesta ser influenciado por esta monocultura, decorrente da razão metonímica. A localização desta ausência é alvo de investigação empírica deste trabalho que propõe uma análise sobre a cobertura jornalística do cooperativismo, o maior e mais tradicional modo de produção dentre as práticas de Economia Social. Antes da análise propriamente dita, porém, o próximo capítulo será dedicado à apresentação deste tema, tecendo uma abordagem sobre suas origens, seu contexto histórico e sua representatividade na economia catarinense.

CAPÍTULO 3 - A POLITIZAÇÃO DA ECONOMIA E O COOPERATIVISMO COMO ALTERNATIVA ECONÔMICA CONSIDERÁVEL E TEMA DE SIGNIFICÂNCIA SOCIAL

O conceito neoclássico e ainda predominante de Economia remete à conquista de resultados a partir de escolhas individuais feitas com a utilização de recursos escassos, maximizados através de interações com outras pessoas (TAYLOR, 2007, 30). Deste modo, cada indivíduo sempre fará escolhas e criará relações buscando o melhor para si. Esse conceito individualista foi fundamental para a consolidação do capitalismo e da sociedade de consumo. Concomitante ao desenvolvimento do capitalismo, a própria evolução desse sistema econômico ao longo dos dois últimos séculos, diante de suas consequências negativas para parte da população, por conta da desigualdade social proporcionada, gerou necessidades e muitas pessoas buscaram na união soluções alternativas de sobrevivência, criando associações diversas.

Dentre essas alternativas, um grupo de iniciativas comporia um campo alternativo da Economia que seria chamado de Economia Social, formado por sociedades de pessoas que congregam suas atividades produtivas com princípios democráticos e utilidade social. (DEFOURNY, 2009). O termo foi utilizado pela primeira vez já em 1830, nos primórdios do capitalismo, por Charles Dunoyer, na publicação em Paris do Tratado sobre Economia Social (CAEIRO, 2008). No século 20 daria origem a outros conceitos como Economia Solidária e Economia Plural, com influência da Economia Substantiva do teórico Karl Polanyi, que integra nesta definição "as relações entre os homens e entre estes e os meios naturais de onde buscam sua subsistência". (LAVILLE, 2009, 157, tradução minha).

Diferente do conceito neoclássico predominante, essas alternativas incorporam outros aspectos além da maximização dos benefícios próprios e, como explica Cattani (2003, 14), os defensores das diferentes formas apresentam como ponto de união valores de "cooperação, solidariedade, compromisso com a vida, com a natureza, com o pacifismo e a justiça social". Na Economia Social, além da troca, os indivíduos fazem escolhas em função da relação com as pessoas e estão ligados a valores de solidariedade e cooperação (CATTANI, 2003 e DEFORUNY, 2009).

As iniciativas adequadas a esses modelos surgiram geralmente em esfera local, em função de crises sociais ocorridas em diferentes lugares

para suprir falhas que o capitalismo e o Estado-Providência mostraram ser incapazes de solucionar. Vale ressaltar que a Economia Solidária difere-se da visão norte-americana do Terceiro Setor, pois não se propõe a socorrer o Estado em suas obrigações legais de garantir os direitos básicos aos cidadãos, mas a transformar os cidadãos trabalhadores em atores sociais. Os primórdios da Economia Social surgiram na primeira crise do capitalismo industrial como resposta ao desemprego gerado no início do século 19, com formas de organização de sociedades produtivas. É onde se localiza na história econômica o cooperativismo, ao lado de outros tipos de relações sociais associativistas e mutualistas. As cooperativas são empresas de produção privadas que no lugar de fins lucrativos visam objetivos sociais através da adoção de uma prática democrática em sua atuação.

As principais características de uma empresa da Economia Social, composta pelos movimentos cooperativistas, mutualistas, associações e fundações, estão relacionadas à destinação dos resultados gerados e ao processo de tomada de decisões (TEJEIRO, 2003). A Economia Social tem como base princípios como (a) a igualdade de associados, independente de seu capital ou movimentação; (b) divisão dos resultados em função da movimentação de cada associado; (c) propriedade coletiva; (d) prestação de serviços aos associados e à comunidade; (e) autonomia de gestão; (f) tomada de decisão de forma democrática e; (g) primazia do trabalho e das pessoas sobre o capital (CAEIRO, 2008).

A restrição da divulgação e entendimento restrito da Economia a seu sentido predominante de mercado, levou a um distanciamento e isolamento da mesma ao qual Polanyi critica, apontando como causa de uma "ruptura entre o econômico e o ser vivo" (apud LAVILLE, 2009, 158). Talvez seja por isso que tratar de democracia, poder do povo, quando se fala de Economia nem sempre seja algo tão claro e de fácil associação. A cultura em que vivemos nos distancia de um entendimento da aproximação desses conceitos. Conforme Roustang (apud Laville, 2009, 161) "quando a economia possui um fim em si mesma, passa a negar os processos democráticos e o direito de definir um sentido e um projeto humanos".

A democracia representativa que conhecemos é apontada pelo sociólogo Boaventura de Sousa Santos (2003, 270) como o "máximo de consciência política possível do capitalismo". Aproximando este pensamento ao de Roustang, pode-se entender que o mercado capitalista, por ter um fim em si mesmo e sempre produzir soluções para

os próprios problemas, independente do resultado social gerado, em seu princípio individualista choca-se com a ideia de uma democracia mais ampla, que abra espaço para maior participação popular. Para tratar de uma Economia a serviço da sociedade entende-se ser necessário ir além dos ideais e regras dadas pelo liberalismo econômico, quase que como uma lei matemática inquestionável, e ampliar o pensamento para além da lógica do pensamento único que racionaliza o sistema hegemônico vigente.

Considerando os múltiplos movimentos e organizações que questionaram o sistema capitalista ao longo desses dois séculos pela produção de pobreza e desigualdade e a falência do sistema que se propôs alternativo a ele, as economias socialistas centralizadas, regidas pelo autoritarismo político, que tiveram na União Soviética seu maior representante, Rodríguez e Santos defendem a necessidade de pensar uma nova teoria de emancipação social. Os pesquisadores defendem o estudo das associações de produção alternativas que apresentam formas de sociabilidade diferentes das relações capitalistas (2002, 25). Tal teoria ambienta-se em um novo paradigma sócio-cultural, sugerindo a adoção de um modelo democrático que permita maior participação social, propondo-se a identificar potenciais emancipadores nas práticas de Economia Social que têm emergido. Antes de chegar nessa proposta, Santos contrapôs o conceito de subjetividade ao de cidadania, observando sua evolução ao longo da história junto ao desenvolvimento do capitalismo (2003, 235).

3.1 As fases do capitalismo, uma gangorra histórica entre mercado e Estado

Muito relacionada às conquistas de direitos e deveres das pessoas, a evolução da definição de cidadania, segundo Santos, acompanhou o projeto da modernidade que está localizado na história juntamente com o desenvolvimento do capitalismo e seus períodos: o capitalismo liberal (século 19), o capitalismo organizado (de 1880 ao pós 2^a Guerra) e o capitalismo desorganizado ou financeiro (de 1960 aos dias atuais). (SANTOS, 2003, 79)

No primeiro período do capitalismo, a teoria político-liberal distinguiu o Estado da sociedade civil e estabeleceu-se a garantia de segurança da vida e da propriedade privada, segundo as regras do mercado. Os direitos civis e políticos, em especial o que Santos chama de igualdade "formal" dos cidadãos, representada pelo direito do voto,

foi a primeira grande conquista da cidadania, ainda que o sufrágio universal tenha ocorrido apenas no século 20, momento a partir do qual a sociedade liberal pôde passar a ser considerada de fato democrática, através da inclusão política de todos (SANTOS, 2003, 237 e 238). Porém, para o pesquisador, tal conquista ao mesmo tempo levou a uma "passividade política" porque assim o cidadão transferia ao Estado a responsabilidade de garantir seus direitos essenciais. Citando Hegel, "o individual é o geral", o sociólogo desenvolve a ideia de universalização dos sujeitos, considerando que ela restringe as pessoas ao que possuem de comum e desconsidera suas pessoalidades. Ele sugere que houve uma redução da participação política através da naturalização do poder do Estado e da não problematização da representação. No início da democracia representativa, a participação dos cidadãos teria ficado reduzida, portanto, ao poder do voto, o que facilitaria o controle social liberal (do poder econômico) em outros âmbitos.

Associando-se ao pensamento crítico de Rousseau sobre o contrato social liberal, que consiste no consentimento das pessoas com a obediência ao poder do Estado e no estabelecimento de relações segundo a doutrina liberal, Santos (2003, 239) concorda com o filósofo que acredita não haver saída para a convivência entre a liberdade do cidadão e o poder do Estado, e considera que a base do contrato não deveria estar na relação de "obrigação política vertical cidadão-Estado, [...] mas numa obrigação política horizontal, cidadão-cidadão", ao mesmo tempo que o poder de propriedade privada não defina maior participação social para uma parcela da população e marginalização para outras. Assim, defende que a "igualdade formal", aquela do direito do voto, não basta, e, além da cidadania, que garante os direitos de autonomia e liberdade, deve-se pensar na subjetividade, envolvendo ideias de "auto-reflexividade e auto-responsabilidade" (2003, 240). A crítica aqui é sobre o processo de "dessubjetivação", ou seja, a desvalorização das individualidades através do argumento da igualdade.

No crescimento do capitalismo, a liberação máxima da Economia e a baixa regulamentação levou à Grande Recessão, marcada pela quebra da bolsa de Nova York de 1929, quando várias empresas, em especial as instituições financeiras, fecharam e o desemprego aumentou consideravelmente. Para sua recuperação, com influência dos princípios keynesianos, o *laissez faire* foi diminuído, e o Estado teve de intervir, participando mais ativamente da Economia e tornando-se também produtivo, começando com investimentos em infraestrutura a fim de gerar empregos.

A recuperação da primeira grande crise do capitalismo fez com que ele retornasse mais forte, atingindo o período conhecido por milagre econômico, nos anos 1950, com o Estado do Bem Estar Social, através de um Estado mais participativo e muito presente na Economia. Neste período, classificado por Santos como o **capitalismo organizado**, através das conquistas dos direitos trabalhistas e dos direitos sociais, no contexto da Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948, surge o conceito de **cidadania social**. A ideologia propagada é a de Henry Ford (o fordismo) em que se incentiva o aumento da produtividade com a forte mecanização da indústria, sem a máxima exploração do trabalhador, que passa a ser tratado como potencial consumidor e a ter aumento salarial constante. O Estado cria mecanismos de proteção à Economia através da seguridade social e consolida-se a sociedade de consumo. No consumo se dá a realização da nova sociedade capitalista.

As lutas sociais de classe dos sindicatos fizeram parte desta conquista. A integração das classes operárias no Estado capitalista culminou em um capitalismo mais hegemônico, e ao mesmo tempo a um maior conformismo, diminuindo os desejos de emancipação. Os indivíduos ficaram sujeitados às rotinas de produção e consumo, e cresceu uma cultura midiática e uma indústria do lazer, tornando este também uma mercadoria possível de ser adquirida.

Na década de 1970, em uma sociedade de alto consumo, a primeira crise do petróleo gera um efeito dominó. As indústrias diminuem os aumentos dos salários e pressionam para pagar menos impostos. O Estado capitalista enfrenta uma severa crise fiscal que inviabiliza a manutenção dos programas de seguridade social nos níveis dos trinta anos do Estado do Bem Estar Social, típico do período fordista de desenvolvimento. A queda do período conhecido como "os anos de ouro do capitalismo" ocorre junto com a quebra dos regimes socialistas, abrindo-se espaço para as novas teorias liberais. Promove-se novamente o Estado-Mínimo, incentivando a privatização e, em alguns lugares, o Estado deixa de estar presente, diminuindo os benefícios sociais. Exemplos disso estão nos governos de Margaret Thatcher, na Inglaterra, e Ronald Reagan, nos Estados Unidos, que influenciaram a onda de governos neoliberais em todo o globo. A crise do regime de acumulação do pós-guerra e a crise da regulação e do Estado nacional com a globalização da Economia iniciam a crise da cidadania social e dão origem aqui ao **capitalismo desorganizado**.

No capitalismo desorganizado, Santos (2003, 251) agrupa em dois conjuntos as soluções que o capital encontra para a nova situação: a

difusão social da produção e o isolamento político do trabalho. Em primeiro lugar, a partir da desnacionalização do processo de produção, os Estados, principalmente periféricos e semiperiféricos, são levados a competir para atrair os investimentos das empresas multinacionais, o que muitas vezes consiste em uma maior desregulamentação nacional em favor das regras estabelecidas pelas multinacionais. Ainda sobre a difusão da produção, ressalta o alargamento da noção de produção para a de reprodução social: o tempo de trabalho se alastra ao tempo livre do indivíduo, seja para corresponder a um modelo de comportamento assumido pela ideologia da empresa, seja para corresponder a um padrão estético exigido pela profissão (SANTOS, 2003, 252). Nos dias atuais com o advento das novas tecnologias, tal interferência pode ser observada nos cuidados que muitos trabalhadores têm, por exemplo, com sua imagem em seus perfis pessoais nas redes sociais vinculada a qualquer fuga de padrão de comportamento ou mesmo opinião aceitável pela empresa onde trabalha.

No segundo aspecto, as soluções do capitalismo que levam ao isolamento político do trabalho, como a insegurança da garantia de emprego, podem ser entendidas como uma maior forma de controle das empresas ao considerar os trabalhadores, individualizados, como força de trabalho e não como classe operária (SANTOS, 2003, 254). Tal controle leva ao estabelecimento das relações de concorrência, citadas por Rodríguez e Santos como uma das características negativas do capitalismo apontada pelos teóricos do pensamento crítico:

as relações de concorrência exigidas pelo mercado capitalista produzem formas de sociabilidade empobrecidas, baseadas no benefício pessoal em lugar de na solidariedade. No mercado, o motivo imediato para produzir e para interagir com outras pessoas é "uma mistura de cobiça e de medo [...]. Cobiça, porque as outras pessoas são vistas como possíveis fontes de enriquecimento, e medo, porque elas são vistas como ameaças. Estas são formas horríveis de olhar para os outros, independentemente de já estarmos habituados a elas, como resultado de séculos de capitalismo (Cohen, 1994: 9)" (RODRÍGUEZ E SANTOS, 2002, 28)

Os Novos Movimentos Sociais do capitalismo desorganizado têm base ideológica no movimento estudantil dos anos 60, que teve como um dos seus marcos o Maio francês de 1968, quando seis milhões de pessoas ocuparam ruas e fábricas. Além da crise do fordismo, o movimento de cunho político-cultural confrontava a ideologia produtivista e consumista, o trabalho alienado e a ideia de reprodução social, e criava novos sujeitos transclassistas na luta pela emancipação social (SANTOS, 2003, 249) em substituição às classes operárias que, quando foram incluídas no capitalismo organizado acabaram reforçando o sistema e não mais atuando pela emancipação (SANTOS, 2003, 245). Deste modo, o conceito de cidadania social entra em crise e abre espaço para a chamada revolta da subjetividade.

Conforme Santos (2003, 237), a subjetividade diz respeito às necessidades individuais e está mais vinculada ao princípio da sociedade que ao princípio de mercado. Os interesses coletivos no âmbito da subjetividade não são resolvidos com a concessão de direitos pelo Estado, como ocorre na cidadania. Os Novos Movimentos criticam o pensamento do bem-estar material que, para eles, ignora a cultura e a qualidade de vida (SANTOS, 2003, 258). Segundo o pesquisador, o erro que levou o movimento estudantil dos anos 60 a sucumbir foi a exacerbação da subjetividade às custas da cidadania liberal historicamente conquistada, ao invés do estabelecimento de uma relação de equilíbrio entre ambas (SANTOS, 2003, 250).

A última crise do mercado, mais recente, data de 2008 e ocorre também após um período de intensa desregulação do mercado. A exemplo do período liberal pré-crise de 1929, o alto consumo nos países centrais mantido pelo crédito sem garantias reais, possibilitado pelo novo incentivo à liberdade de mercado, gerou uma bolha na Economia e a quebra de alguns bancos, chegou a fazer com que o governo dos Estados Unidos, maior potência de doutrina liberal, estatizassem algumas empresas na tentativa de reduzir os efeitos da crise. Os países da Europa ainda sofrem com índices de desemprego elevadíssimos que os levaram a reunirem-se e traçarem um plano para recuperação sustentável que prevê uma "normalização" da situação até 2020.

3.2 Sociabilização e politização da economia

A configuração atual da sociedade é dividida em três instâncias: Estado, Mercado e Comunidade. Ao longo da história, para regularização das situações de diferentes crises porque passou o

capitalismo, pode-se perceber um revezamento de espaço, como uma gangorra, ora ocupado mais pelo Estado, ora pelo Mercado. Em termos de Economia, as conquistas de direitos dos consumidores levavam a uma demanda de produção cada vez maior que exigia mais liberdades econômicas. Percebeu-se, no entanto, que momentos de alta liberdade de mercado geraram colapsos que precisaram ser socorridos pelo Estado que, desta forma, atua como mantenedor do sistema capitalista. A essas limitações do sistema dá-se nome de falhas de mercado e de governo. A falha de mercado é entendida pelos economistas como "qualquer situação em que o mercado não leva a um resultado econômico eficiente e em que há espaço para uma possível intervenção do governo." (TAYLOR, 2007, 43). A falha de governo é "a situação em que o governo fracassa ainda mais do que o mercado, mesmo que tenha ocorrido falhas deste." (TAYLOR, 2007, 43)

Rodríguez e Santos afirmam que "vivemos em uma época em que a ideia de que não há alternativas ao capitalismo conseguiu um nível de aceitação que provavelmente não tem precedentes na história do capitalismo mundial." (2002, 24). Eles consideram, entretanto, a necessidade de se debruçar sobre o estudo de organizações econômicas populares e organizações cooperativas que criticam características do capitalismo hegemônico e sustentam princípios de igualdade, solidariedade e respeito à natureza. Para eles, tais alternativas não chegam a compor um sistema em substituição ao capitalismo. Mas, ainda que estas iniciativas estejam inseridas no sistema capitalista, como é o caso do cooperativismo que possui inclusive relações diretas com o mercado, seria possível identificar nelas potenciais emancipatórios (2002b, 26). Nessa mesma linha, o filósofo e historiador de economia Karl Polanyi, citado pelo sociólogo e economista Jean-Louis Laville, acreditava que a organização social caminhava para o fim da sociedade de mercado, o que entretanto não significaria a inexistência de mercados. Segundo ele, estes passariam a fazer parte da sociedade como um de seus componentes.

A nova teoria da democracia de Santos (2002a, 49), ao requerer novas formas de participação popular que incluam as minorias, aponta para a necessidade de um predomínio do princípio da Comunidade (sociedade). Estado e Mercado deveriam, desta maneira, estar a seu serviço. Nesta nova democracia a participação vai além do voto e ajuda a estabelecer um contrato social mais amplo. Santos (2003, 271) chama atenção para uma ampliação do senso político, que não esteja apenas confinado ao Estado (governos), como ocorre na teoria política liberal,

mas abrangente a outros espaços de interação social que também precisam ser politizados. Por politização define a transformação das relações de poder em "autoridade partilhada". Ele divide em quatro esses espaços (SANTOS, 2003, 271-276):

1 - Espaço da cidadania, da teoria liberal, com base nos direitos e deveres do cidadão;

2 - Espaço doméstico, seguindo a onda dos movimentos feministas, contra o domínio do patriarcado, blindado com o argumento de defesa do direito à privacidade;

3 - Espaço da produção, em que é preciso repensar as relações de produção, despolitizadas com a inclusão dos direitos conquistados através da cidadania social. Com a melhora das condições de vida que naturalizou a acumulação de capital ocorre a perda de peso político das classes. Quem detém o poder na relação de produção é o dono do capital.

4 - Espaço mundial, envolve (a) a transnacionalização da produção, livre do controle político nacional ou internacional, com as multinacionais não tratadas politicamente e não consideradas políticas, e (b) ampliação da cultura-ideológica do consumismo, alimentada pelos mercados midiáticos e da publicidade, que se preocupa em gerar novos mercados consumidores e não sociedades iguais.

É no terceiro espaço, da produção, que está alocada a questão da Economia Social, e onde se entende ser possível retomar a ideia de aproximação dos conceitos de democracia e Economia, entendidas em seu âmbito social. Na conformação atual do capitalismo, a melhora das condições de vida, com a conquista da cidadania social, como já dito, fez com que as classes de trabalhadores perdessem seu peso político. De acordo com Cattani (2003, 9), na ideologia neoliberal não se problematiza o fato de as relações sociais nas empresas capitalistas serem "marcadas pela apropriação de uma produção que é, essencialmente, coletiva". O trabalho é considerado um componente de esforço que tem sempre o fim de gerar mais resultados ao dono do capital, que contrata o trabalhador e tem sobre ele uma relação de poder.

Seguindo a linha de pensamento econômico predominante, esquece-se que o mercado capitalista é também uma construção social e não um novo ser de poder absoluto, e que ele pode ser construído, destruído ou reconstruído de maneira diferente. Sobre esse assunto, o economista Thomas Piketty reforça que a história da renda e da riqueza é "profundamente política". Conforme exposto na apresentação de seu livro "O capital no século XXI", "tendências econômicas não são forças

da natureza, mas fruto da intervenção política" (2014). Na análise do sociólogo francês Alain Touraine, a crise de 2008 demonstrou que os ideais neoliberalistas também estão ultrapassados.

Os maiores bancos ainda hoje buscam defender suas vantagens, apesar das vivas reações de um público golpeado pelos efeitos da crise. Os neoliberais quiseram nos fazer crer que as leis da Economia se impunham a nós, que não tínhamos condições de compreender a conjuntura, e ainda menos nos libertar de realidades "estruturais". Ora, são precisamente os defensores deste determinismo econômico que nos aparecem hoje como os principais responsáveis por uma crise que eles mesmos detonaram e alimentaram, esquecendo, em nome de interesses acima de tudo pessoais, as necessidades das empresas, que permanentemente devem lutar para sobreviver. A economia especulativa se separou da economia real, e aquela rompeu seus vínculos com a sociedade com a qual ela deveria ser indissociável. (TOURAINÉ, 2011, 60)

Por ser baseado em relações coletivas, os modos de produção da Economia Social diferem da produção capitalista baseada na relação patrão/empregado. Tais alternativas contra-hegemônicas não tratam de encontrar uma solução padrão comum, mas em princípio de buscar uma solução para problemas locais. Não chegam a compor, segundo Rodríguez e Santos (2002b, 31), um sistema em substituição ao sistema capitalista. Cada um desses modos alternativos de produção possui características diferentes e, dentro de cada modo, cada entidade tem autonomia para existir buscando diferentes soluções para os próprios problemas. Entretanto, eles consideram que "o pensamento associativista e a prática cooperativista desenvolveram-se como alternativas tanto ao individualismo liberal quanto ao socialismo centralizado." (2002b, 33) e os defendem como objeto de estudo para identificação de práticas viáveis de emancipação econômica e social.

3.3 Origens do cooperativismo

O cooperativismo é o maior, mais tradicional e representativo dentre os modos de produção da Economia Social. Recebeu da

Organização das Nações Unidas a alcunha de forte parceiro “para o desenvolvimento social e econômico sustentável, particularmente por seu impacto na redução da pobreza, geração de emprego e integração social” (ONU, 2012, item 3). O reconhecimento foi o que levou a entidade a declarar o ano de 2012 como Ano Internacional das Cooperativas. Na resolução A/Res/64/136 da ONU, disponível no anexo 1, consta ainda que as cooperativas promovem a máxima participação possível e a inclusão de todas as pessoas, contribuindo para erradicação da pobreza. Os objetivos traçados pela Organização com o lançamento do ano alusivo são: aumentar a consciência sobre o assunto, promover o crescimento e estabelecer políticas apropriadas.

Timidamente iniciadas em diferentes lugares e situações do globo para superar dificuldades econômicas e sociais, o modelo das cooperativas cresceu a tal ponto de tornar-se alternativa econômica para muitas pessoas e assumirem importante papel na sociedade. Segundo a Aliança Cooperativa Internacional, instituição independente que representa as cooperativas em nível mundial, o movimento cooperativo congrega no mundo mais de 1 bilhão de associados, envolvendo indiretamente 3 bilhões, metade da população mundial¹³.

As primeiras cooperativas surgiram no contexto da Revolução Industrial, por conta das fortes consequências econômicas negativas que as pessoas ficaram sujeitas à época. Com a substituição da mão de obra humana por máquinas e as novas divisões do trabalho para ampliar a produção em larga escala e tornar seu modo cada vez mais eficiente, transformações econômicas e sociais ocorreram em paralelo. A mecanização da agricultura provocou o êxodo rural e a busca por melhores condições de vida nas grandes cidades. Em um século, a população de Londres passou de aproximados 800 mil para mais de 5 milhões de habitantes. Crianças e mulheres trabalhavam em condições desiguais, pois em teoria produziam menos, e a jornada de trabalho chegou a 80 horas semanais. Além disso, normalmente os trabalhadores habitavam cortiços e proliferavam-se doenças graves. (OCESC, 2012, 10)

Para superar as dificuldades surgidas alguns trabalhadores buscaram saídas empreendedoras, que foram possíveis através da união de esforços em torno de objetivos comuns, entre eles a aquisição dos bens de necessidades básicas. O registro histórico mais antigo que se tem de uma cooperativa é de 1760, quando trabalhadores empregados

¹³ <http://ica.coop/en/co-op-facts-and-stats>

nos estaleiros de Woolwich e Chatham, na Inglaterra, fundaram moinhos de cereais para não pagarem os preços cobrados pelos moleiros locais que detinham um monopólio. O documento disponível trata do incêndio dos moinhos, do qual padeiros foram acusados. Ainda no século 18, há registros de outros moinhos cooperativos na Inglaterra e de duas cooperativas de consumo, uma escocesa (1769) e outra inglesa (1795) (VEIGA e FONSECA, 2001, 19).

Em 1799, um dos maiores precursores do socialismo utópico e do pensamento cooperativo, o reformista social galês Robert Owen, adquiriu uma fábrica têxtil distante da cidade, que tinha seus trabalhadores residentes em moradias próximas, que também pertenciam ao mesmo. Adotou então medidas não comuns à época, em favorecimento dos trabalhadores: construiu novas casas e reformou as antigas, abriu uma escola, abriu uma loja com venda de produtos a preços mais baixos, reduziu a jornada de trabalho para 10 horas diárias e aumentou os salários. Em 1817, Owen criou um plano de erradicação da pobreza através do projeto de aldeias cooperativas. Nelas as pessoas que eram sustentadas por doações da igreja viveriam e produziriam em comunidades, sobrevivendo dos próprios produtos e trocando as sobras com outras aldeias cooperativas. Owen chegou a dirigir duas destas aldeias nos Estados Unidos, mas ambas eram financeiramente insustentáveis e foram extintas. (VEIGA e FONSECA, 2001, 23 e 24)

O convívio próximo dos trabalhadores ingleses na capital favorecia discussões sobre os problemas enfrentados e geravam protestos por melhores condições de trabalho. O Movimento Cartista (1837-1848) foi o maior deles. Reivindicava jornada de oito horas diárias, regulamentação do trabalho feminino, extinção do trabalho infantil, folga semanal e criação de um salário mínimo. Conquistou importantes resultados de direitos políticos, dentre eles a conquista do direito ao voto. (OCESC, 2012, 10)

Em 1844, após uma longa greve em Manchester, na Inglaterra, 28 trabalhadores, a maioria tecelões, montaram a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale, como estratégia de sobrevivência. A Sociedade é considerada pelos especialistas como a primeira cooperativa moderna e, na prática, fornece as bases para o cooperativismo atual. Com dificuldades financeiras para comprar itens básicos, essas pessoas se associaram para fazer compras em conjunto, formando uma cooperativa de consumo. Tinham à frente integrantes do movimento cartista e simpatizantes das ideias owenistas (VEIGA e FONSECA, 2001, 19). O diferencial em relação às demais cooperativas estava na forma de

organização. Os trabalhadores regulamentaram o funcionamento da Sociedade criando regras e objetivos gerais, e estabeleceram um estatuto que continha princípios que regem o cooperativismo até hoje em todo o mundo (VEIGA e FONSECA, 2001, 20 e 21). Os sete princípios foram atualizados pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI), no Congresso Mundial realizado em Manchester, em 1995, e estabelecem as seguintes diretrizes a ser seguidas pelas cooperativas: (1) Adesão voluntária e livre (qualquer pessoa pode se associar); (2) Gestão democrática (as decisões administrativas são tomadas por Conselhos eleitos em Assembleias); (3) Participação econômica dos membros (as decisões sobre o resultado financeiro da cooperativa são democráticas, e cada associado tem um voto independente do capital ou número de cotas-parte); (4) Autonomia e independência (acordos com outras organizações devem assegurar o controle democrático dos associados); (5) Educação, Formação e Informação (comprometimento com a formação dos associados e divulgação do cooperativismo); (6) Intercooperação (estímulo ao trabalho conjunto com outras organizações e criação de redes de cooperativas); (7) Interesse pela comunidade (comprometimento com o desenvolvimento sustentável). Os detalhes sobre os princípios cooperativistas estão descritos no texto retirado do site da ACI, disponível no Anexo 2.

Além dos princípios, com base nas ideias de Owen, os associados criaram um fundo destinado à educação, formado por 2,5% dos ganhos e pelas multas cobradas por infrações às regras estabelecidas, iniciativa que também é seguida nos dias atuais (VEIGA e FONSECA, 2001, 21).

A ênfase que o cooperativismo dá à educação se apoia na crença de que cada um tem enormes potencialidades e o direito de desenvolvê-las ao máximo. Cada pessoa é um centro gerador de desenvolvimento de si mesma e das coletividades a que pertence. Para tanto, é necessário que haja ambientes propícios a esse desenvolvimento e que todos os direitos sejam respeitados e garantidos. (VEIGA e FONSECA, 2001, 21 e 22)

A Sociedade de Rochdale, que iniciou com o capital de 28 libras (investimento de uma libra por sócio), em um ano aumentou seu capital para 180 libras e ampliou cada vez mais seu quadro associativo, chegando ao ano de 1879 com 10.427 membros e um capital de 28.035

libras. O sucesso inspirou várias iniciativas pela Europa, e em 1881 já havia cerca de mil cooperativas com 550 mil associados (VEIGA e FONSECA, 2001, 20). Além do consumo, surgiram cooperativas com outras finalidades, inclusive no ramo do crédito. Em 1856 o prussiano Herman Schulze iniciou o movimento no meio urbano na cidade alemã de Delitzsch. A primeira destinada ao crédito rural foi a Associação de Caixas de Empréstimos de Heddesdorf, fundada em 1864 pelo alemão Friedrich Raiffeisen, como hoje são conhecidas as cooperativas que seguem este modelo na Alemanha. Na Itália, em 1865, Luigi Luzzati organiza e lança um outro modelo em Milão. Na virada do século, em dezembro de 1900, inspirado em um pouco de cada modelo, o jornalista Alphonse Desjardins cria a primeira cooperativa de crédito das Américas, em Quebec. (SICOOB, 2011, 9-11). Atualmente em cada três habitantes no Canadá, um é membro de alguma cooperativa. (VEIGA e FONSECA, 2001, 26)

Como integrantes da Economia Social, as associações cooperativas não possuem um fim em si mesmo. Sobre a instauração delas, conforme Veiga e Fonseca explicam não há "uma receita de bolo para a sua implantação, pois é, antes de tudo, uma filosofia do homem na sociedade em que vive, um pensamento que procura construir uma nova maneira de processar a economia" (2001, 17). Na prática, uma cooperativa é definida hoje como

uma associação voluntária de no mínimo 20 pessoas, sem fins lucrativos, porém com fins econômicos, que exercem uma mesma atividade para realizar objetivos comuns, que para tanto contribuem equitativamente para a formação do capital necessário por meio da aquisição de quotas-partes e aceitam assumir de forma igualitária os riscos e benefícios do empreendimento. É regida pelo princípio democrático de cada pessoa um voto. Os excedentes ou sobras são distribuídos na proporção do trabalho de cada cooperado. (VEIGA e FONSECA, 2001, 39)

A gestão democrática, a propriedade coletiva e a repartição das sobras são características essenciais. A acumulação de capital não representa um fim, mas um meio de conseguir prestar os serviços requeridos pelo quadro social e é, portanto, desta forma que a avaliação

econômico-financeira deve ser feita (SCHMIDT e PERIUS, 2003, 67). Assim, os excedentes gerados são denominados "sobras" e não "lucros". A decisão do que será feito com as sobras é tomada em assembleias anuais, com todos os associados. Já o capital social, formado por quotas-partes dos associados, compõe o patrimônio líquido da cooperativa, e é o que serve como capital de giro, junto com os demais recursos de captação possíveis em uma cooperativa. Os resultados gerados a partir das operações não podem ser retidos sem aprovação em assembleia. Mesmo para reinvestir na cooperativa é necessária uma reintegralização de capital por parte dos sócios. (VEIGA e FONSECA, 2001, 41). É também em assembleia, por período definido de acordo com o estatuto de cada cooperativa, que são eleitos os conselhos administrativos e fiscal. Qualquer cooperado pode se candidatar e todos têm direito a um voto independente do número de quotas-partes que possui. Outro direito de todos os sócios é o acesso aos livros e documentos e a solicitação de esclarecimentos.

Rodríguez e Santos (2002, 36 e 37) realçam quatro razões relacionadas às condições econômicas e políticas para o estudo e promoção das cooperativas como alternativas de produção viáveis e com características emancipadoras: (1) a capacidade de operar em uma economia de mercado; (2) a participação ativa dos trabalhadores-proprietários; (3) o efeito igualitário direto com a distribuição da propriedade; (4) a ampliação da democracia participativa para o âmbito econômico. Além dessas razões, os pesquisadores citam o Complexo Cooperativo de Mondragón¹⁴, na Espanha, como um exemplo concreto. No caso de Mondragón é importante observar que a cooperativa possui quatro estratégias empresariais que permitem que ela prospere e ao mesmo tempo garanta que não se desvirtue da sua estrutura cooperativista, seguindo as limitações dos princípios cooperativos traçados: (1) o compromisso com a manutenção do emprego dos trabalhadores; (2) a capitalização das empresas a partir das contribuições dos trabalhadores e não de investidores externos; (3) a representação dos sócio-trabalhadores em todos os órgãos de decisão e limitação do número

¹⁴ O Complexo Cooperativo de Mondragón, fundado no País Basco, é tido como modelo dentro do movimento cooperativo. Começou em 1965 e pertence a 30 mil trabalhadores de um total de 109 fábricas distribuídos em uma cadeia produtiva de supermercados, um banco e uma universidade própria. Faz parte da lista da ONU dos 50 melhores projetos sociais do mundo. (RODRÍGUEZ E SANTOS, 2002, 37)

de trabalhadores externos (não sócios) a 10% do pessoal de cada cooperativa; (4) a política de evitar o crescimento desmedido das cooperativas, estimulando a criação de novas cooperativas pequenas e inovadoras que se encarreguem de algumas atividades da cooperativa em ascensão, criando novos focos de emprego e controlando a concorrência desleal. (RODRÍGUEZ e SANTOS, 2002, 39 e 40). Segundo os pesquisadores, as cooperativas representam alternativas tanto ao individualismo liberal quanto ao socialismo centralizado, e ampliam a democracia participativa:

Semelhante ampliação da democracia tem efeitos emancipadores evidentes, por cumprir a promessa da eliminação da divisão que impera hoje entre a democracia política, de um lado, e o despotismo econômico (isto é, o império do proprietário sobre os trabalhadores no interior da empresa), do outro. (RODRÍGUEZ e SANTOS, 2002, 37)

3.4 Cooperativismo no Brasil

O cooperativismo não tardou a chegar no Brasil. A primeira cooperativa brasileira foi criada em 1847 (três anos após a de Rochdale), na Colônia Tereza Cristina (hoje cidade Cândido de Abreu), no Paraná. Um médico francês, Jean Maurice Fraive, e mais 80 famílias de imigrantes criaram um sistema comunitário semelhante às aldeias cooperativas do socialismo utópico. (OCESC, 2012, 13). As primeiras cooperativas modernas surgiram a partir da década de 1880, no contexto da abolição e proclamação da república, em Campinas, SP (1887); Ouro Preto, MG (1889); Camaragibe, PE (1892); Limeira, SP (1891) e Rio de Janeiro, RJ (1894). Em 1902, Théodor Amstadt, um padre jesuíta, idealiza a organização de uma caixa rural entre produtores de vinho em Nova Petrópolis, RS (OCESC, 2012, 13; VEIGA e FONSECA, 2001, 27). Com as políticas públicas voltadas à industrialização, os pequenos produtores rurais foram afetados e, como alternativa, criaram cooperativas de produção rural, facilitando a negociação com fornecedores e a venda da produção conjunta. Este tornou-se o ramo predominante do cooperativismo em todo o mundo até a segunda metade do século 20 (OCESC, 2012, 16), depois superado pelas cooperativas de trabalhadores. A partir das cooperativas de produção, cooperativas de crédito eram criadas para suprir suas necessidades financeiras.

Em 2012, existiam no Brasil 6.947 cooperativas, com mais de 12 milhões de associados, em 13 ramos da Economia: agropecuário, transporte, consumo, crédito, educacional, especial, habitacional, infraestrutura, mineral, produção, saúde, trabalho, turismo e lazer¹⁵. Seguem planilhas contendo distribuição de cooperativas, cooperados e empregados por ramo e por região.

Tabela 1. Pessoas relacionadas ao cooperativismo no Brasil por atividade econômica

Ramo	Cooperados	Cooperativas	Empregados
Agropecuário	1.007.675	1.597	161.701
Transporte	137.543	1.228	11.685
Crédito	6.393.825	1.154	41.152
Trabalho	228.613	977	1.929
Saúde	249.906	849	92.198
Educacional	52.371	300	4.079
Produção	11.527	253	3.386
Habitacional	120.520	220	1.035
Infraestrutura	934.892	130	6.496
Consumo	2.923.221	122	13.880
Mineral	87.152	86	180
Turismo e Lazer	1.696	25	18
Especial	247	6	7
TOTAL	12.149.188	6.947	337.746

Balço Anual da Organização das Cooperativas do Brasil, 2012

¹⁵ Dados do balanço anual de 2012, da Organização das Cooperativas do Brasil.

Tabela 2. Pessoas relacionadas ao cooperativismo no Brasil por região

Região	Cooperados	Cooperativas	Empregados
Sudeste	4.702.109	2.349	94.343
Sul	3.947.600	1.050	152.216
Centro-Oeste	644.102	660	21.446
Nordeste	550.138	1.738	20.557
Norte	164.886	789	7.724
TOTAL	10.008.835	6.586	296.286

Balanco Anual da Organização das Cooperativas do Brasil, 2011

A Lei 5.764, promulgada em 1971 no governo Médici e a Lei Complementar 130 de 2009 são as leis que regulam atualmente as cooperativas no Brasil. Com a Constituição de 1988, a autogestão foi definida e vetada a participação do Estado nas cooperativas. (VEIGA e FONSECA, 2001, 29). Em 2002, a legislação cooperativista foi adequada ao novo Código Civil, e desde então resoluções e emendas constitucionais atualizam a regulamentação e projetos de lei tramitam no Congresso Nacional. Por possuir natureza de entidade social as cooperativas têm incentivos fiscais, mas possuem autonomia de mercado e podem realizar atos não-cooperativos, sobre os quais há incidência de impostos, que devem visar a eficiência na busca para atingir seus objetivos. Entre as especificações da regulação do cooperativismo também está a proibição de um associado possuir mais de 1/3 das quotas-partes, a fim de evitar o risco da cooperativa se tornar dependente do investimento de uma só pessoa. A definição de outras medidas que assegurem a independência da cooperativa a um determinado grupo devem ser feitas em estatuto (idem: 41). Outros temas recorrentes nas atualizações normativas das cooperativas de crédito, supervisionadas pelo Banco Central, dizem respeito à limitação da área de atuação (considerando os municípios e suas populações) e ampliação do quadro associativo para a livre admissão, no caso das cooperativas segmentadas. São medidas governamentais que controlam o crescimento. A representação das cooperativas nas instâncias políticas é feita através da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), fundada em 1969.

3.5 Cooperativismo em Santa Catarina

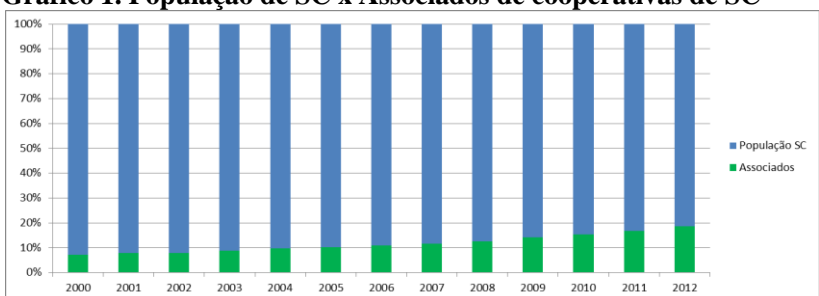
Em Santa Catarina, o registro mais antigo de uma cooperativa é da Societá Cooperativa del Tabaco, de 1889, em Rio dos Cedros, no Vale do Itajaí, fundada por colonos italianos que produziam e exportavam fumo para a Europa. No século 20 surgiram outras iniciativas isoladas em Ascurra, também no Vale do Itajaí, em 1904; em Urussanga, em 1909 e a primeira cooperativa de crédito catarinense em Itapiranga, no Oeste, em 1932. O responsável pela fundação desta última foi o mesmo padre jesuíta que fundou a primeira cooperativa de crédito do Brasil em Nova Petrópolis, no Rio Grande do Sul. Em 1933, em Palmitos, surgiu a primeira cooperativa agropecuária. Além das citadas, há registros de cooperativas que sobreviveram até 1934 nos municípios de Nova Veneza, Armazém, Belvedere, Concórdia, Rio do Sul, Palmitos e Canoinhas. Em 1944, em Blumenau, surge a primeira cooperativa de consumo. (OCESC, 2011, 20-24)

Na década de 1950, com o Plano de Metas de Juscelino Kubitschek, o setor industrial recebeu forte investimento do governo federal e o setor agrícola foi secundarizado. A distribuição de energia estava nos planos do governo, mas a prioridade eram as grandes cidades. As comunidades distantes não eram interessantes economicamente para a Companhia Estatal de Energia Elétrica. É nesse contexto que no final da década de 50 surgem as cooperativas de eletrificação rural nos municípios de Forquilha, no sul de Santa Catarina, e Salto Donner (hoje Doutor Pedrinho), no Vale do Itajaí. A eletrificação rural de Santa Catarina é um exemplo de como um interesse social foi desconsiderado pelo sistema de Economia predominante e atendido pelo modo de produção alternativo do cooperativismo (OCESC, 2012, 26, 27) No final da década de 60, o cooperativismo médico nascido em Santos, SP, foi trazido para Santa Catarina pela Associação Catarinense de Medicina. (OCESC, 2012, 30)

Em 1969, no período de maior crescimento da indústria e do PIB brasileiro, surge a cooperativa Aurora, hoje um dos maiores conglomerados industriais do Brasil, com cerca de 70 mil associados. Também neste ano surgiu a OCB, que mais tarde criou as organizações estaduais de cooperativas. Em Santa Catarina as cooperativas já haviam se reunido e formado um órgão para sua representação em 1964. Em 1971, a Associação das Cooperativas de Santa Catarina (Ascoop) mudou de nome para Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina (Ocesc), tornando-se filiada da OCB. (OCESC, 2012, 34-36).

Em 2012, somente no Sistema Ocesc (ao qual as cooperativas não são obrigadas a se filiar) eram 263 cooperativas, presentes nos 12 dos 13 ramos da economia existentes no cooperativismo brasileiro, empregando 42.634 pessoas. Ao longo do ano as cooperativas atingiram um total de 1.464.428 cooperados (22,9% da população catarinense)¹⁶, um acréscimo de 102,93% em relação a 2006. Consta-se que 264.036 cooperados são jovens até 25 anos. Para compreensão do tamanho do cooperativismo catarinense, seguem outros números do balanço da Ocesc de 2012: as cooperativas receberam R\$ 17,3 bilhões (128,45% a mais que 2006), e chegaram a um patrimônio líquido de mais de R\$ 5,5 bilhões (crescimento de 222,2%). Nesse mesmo período as sobras tiveram um crescimento de 375,4%, totalizando R\$ 854,6 milhões. A arrecadação de impostos atingiu a casa de R\$ 1 bilhão (166,27% a mais). Com exceção das sobras, observa-se que a evolução dos demais gráficos é constante. Segue o gráfico com a evolução do quadro associativo em percentual comparativo com a população do estado.

Gráfico 1. População de SC x Associados de cooperativas de SC



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
%	7,76%	8,50%	8,62%	9,61%	10,84%	11,42%	12,11%	13,24%	14,19%	16,47%	18,09%	19,93%	22,94%
Associados	416.693	464.798	481.937	538.684	625.658	670.028	721.649	776.972	858.671	1.007.496	1.130.583	1.259.240	1.464.428
População SC	5.369.177	5.467.071	5.590.026	5.607.233	5.774.178	5.866.568	5.958.266	5.866.252	6.052.587	6.118.743	6.248.436	6.317.054	6.383.286

Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina (Ocesc), junho de 2012

De acordo com os últimos dados de balanço estaduais da OCB, Santa Catarina é o sexto estado em número de cooperativas, atrás de São Paulo (932), Minas Gerais (785), Bahia (783), Rio Grande do Sul (550) e Rio de Janeiro (482) e o terceiro em número de cooperados, atrás de São Paulo (3.335.957) e Rio Grande do Sul (1.999.766)¹⁷.

¹⁶ Dados do balanço da Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina de 2012.

¹⁷ Dados do balanço anual de 2011 da Organização das Cooperativas do Brasil.

Todo este levantamento histórico tem o objetivo de mostrar a relevância do cooperativismo no estado, também justificada e exemplificada no fato da ONU ter dedicado especial atenção ao tema durante o ano 2012, o que reforça sua significância social.

PARTE II - ESTUDO EMPÍRICO

LOCALIZAÇÃO DE AUSÊNCIAS E PRESENCAS SOCIAIS NO NOTICIÁRIO ECONÔMICO

A parte empírica deste trabalho visa identificar no Jornalismo a existência e reprodução da *monocultura dos critérios de produtividade capitalista* provocada pela *lógica produtivista*, a quinta lógica de produção de não existência apontada por Boaventura de Sousa Santos em sua crítica à razão metonímica, uma das manifestações da razão indolente, conforme explicitado no capítulo dois. Ao identificar a presença de tal monocultura na mídia, este trabalho pretende contribuir para a reflexão ética do Jornalismo através da lembrança de seu papel questionador e emancipador na sociedade, concordando com a linha de pensamento dos pesquisadores da área que estão citados no primeiro capítulo. Ao mesmo tempo, exemplifica-se a crítica de Santos à tradicional ciência moderna, verificando a aplicação de uma parte de sua nova epistemologia no Jornalismo, um dos ramos das Ciências Sociais.

Seguindo o objetivo da proposta da Sociologia das ausências de Santos, espera-se aqui contribuir ainda para a possível *ampliação do tempo presente* no Jornalismo a medida que se chama atenção para a crítica ao mercado capitalista hegemônico, levantada no terceiro capítulo, algo que na prática profissional jornalística demonstra-se muitas vezes inquestionável.

Os processos metodológicos utilizados objetivam identificar *marcas*¹⁸ de direcionamento da *lógica produtivista*, mantenedora do sistema capitalista hegemônico, cujo predomínio é criticado pela Sociologia das Ausências; e da *ecologia de produtividade*, pensamento adotado por Santos como contraproposta, em uma Sociologia das Emergências, que visa recuperar e valorizar os sistemas alternativos de produção. A verificação é feita através da Análise de Conteúdo aplicada em **notícias publicadas**, capítulo 4, a fim de identificar as presenças da realidade no Jornalismo, e **fatos jornalísticos não publicados**, capítulo 5, para localizar ausências com relação ao tema. Ao verificar a frequência do tema no noticiário, na primeira etapa da pesquisa empírica (primeira parte do capítulo 4) e observar, na segunda etapa, ausências e presenças provocadas pelo direcionamento ideológico do pensamento que rege o capitalismo hegemônico na cobertura do cooperativismo (fatos do cooperativismo publicados, analisados na segunda parte do

¹⁸ Em "O método *Análise de Cobertura Jornalística* na compreensão do *crack* como acontecimento noticioso", (SILVA, Gislene, 2011), a pesquisadora propõe uma metodologia semelhante para análise de cobertura jornalística. De acordo com a pesquisadora, mesmo não realizando um estudo de *newsmaking* nas redações, é possível no texto identificar marcas do processo de produção.

capítulo 4, e fatos do cooperativismo não publicados), pretende-se contribuir para uma visão ampliada do contexto dos assuntos de que trata o Jornalismo Econômico, do espaço dado ao tema da Economia Social, com foco no cooperativismo, e ao seu tratamento.

Conforme Laurence Bardin, o método da Análise de Conteúdo consiste no "conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica, etc., por meio de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares" (1977, 44). Em outras palavras, Bardin explica que "O [objetivo] da análise de conteúdo é a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem." (BARDIN, 1977, 46). A "variável de ordem sociológica" que se pretende conhecer neste estudo, ou a "realidade não manifesta na mensagem" a qual se pretende inferir é a da contribuição do Jornalismo para manutenção da quinta lógica de pensamento hegemônico levantada por Santos, responsável pela produção da monocultura dos critérios de produtividade capitalista. Orientando-se pelos preceitos metodológicos de Bardin, os indicadores utilizados na observação das mensagens são as técnicas de análise categorial que funcionam com base em "unidades de significação simples (a palavra)", e remetem para "classificações e contabilização pormenorizadas de frequências." (1977, 44). Neste estudo optou-se por utilizar as orientações metodológicas de Bardin e do sociólogo Robert K. Merton, ao invés dos estudiosos de metodologia da Comunicação, por se tratar da aplicação de conceitos de ordem sociológica no Jornalismo.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS PUBLICADAS

O *corpus* selecionado para análise das **notícias publicadas** foram as editorias de economia nos impressos dos jornais *Diário Catarinense* e *Diário do Iguçu* dos meses de janeiro, fevereiro, março e julho de 2012. O ano de 2012 foi escolhido por ter sido instituído pela ONU o Ano Internacional das Cooperativas, enfatizando que a entidade reconhece no cooperativismo um importante parceiro para o desenvolvimento social e econômico sustentável e contribuinte para a erradicação da pobreza.

Os meses de janeiro, fevereiro e março correspondem ao intervalo de tempo permitido por Lei às cooperativas para realização de suas assembleias anuais, instrumento máximo de participação dos cooperados, espaço onde são tomadas as decisões sobre as cooperativas de forma democrática, importante ponto que difere os modos de economia social da economia tradicional. O mês de julho foi escolhido por abrigar o Dia Internacional do Cooperativismo, comemorado pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI) desde 1923, e também pela ONU desde 1994, instituído para reforçar a divulgação do movimento¹⁹.

A escolha do jornal *Diário Catarinense* foi feita por ser o único veículo impresso que aborda economia com abrangência estadual. O *Diário do Iguçu*, foi escolhido por se tratar de um dos maiores jornais locais de Santa Catarina, de mesma periodicidade do DC, e por localizar-se em uma das regiões onde o cooperativismo é mais forte e representativo na economia local, abrangendo os municípios de Chapecó, Concórdia, São Lourenço do Oeste, São Miguel do Oeste e Joaçaba²⁰. Nos municípios onde o DI atua diretamente há 29 cooperativas.

¹⁹ O objetivo da ACI para instituição de uma data comemorativa era dar maior visibilidade ao movimento cooperativo pois já naquela época o então presidente da ACI apontava para os problemas da falta de informações entre o público em geral e entre os próprios membros das cooperativas e da falta de compromisso ideológico entre os administradores. A escolha da data foi devida a melhor época para divulgação em *outdoors*, com mais pessoas nas ruas, no verão europeu. Desde então, anualmente a entidade envia uma mensagem às cooperativas de todo mundo com um tema social no qual o movimento tenha tido importante participação.

²⁰ A fim de avaliar em especial a contextualização das matérias e de responder a pergunta: “De que tipo de informação os catarinenses, associados ou não,

A Análise de Conteúdo aplicada aos jornais divide-se em duas partes, uma **quantitativa** e outra **qualitativa**. Bardin explica que em ciência o estudo pela quantidade costuma ter maior prestígio pois uma amostra de dados maior confere maior credibilidade, ao passo que a pesquisa qualitativa permite abordar questões mais profundas, de ordem ideológica. A análise de conteúdo aqui realizada busca identificar algumas formas e medidas da presença da lógica do pensamento de produtividade capitalista nas notícias (como podem ser, por exemplo, as interferências de interesses privados) e da ausência do pensamento crítico jornalístico ao capitalismo (que pode ser entendido como uma negligência profissional). A parte quantitativa foi aplicada a todas as notícias das editorias de economia do período, e dá subsídio para análise da frequência sobre o assunto. A etapa qualitativa, aplicada apenas às notícias que citaram o cooperativismo ou o nome de alguma cooperativa, serviu para análise sobre o tratamento do tema. Desta forma, o resultado observado como indicador de negligência por parte do Jornalismo foi dividido em duas constatações (1) pouca cobertura; (2) tratamento superficial e desvirtuado do tema. Como indicador positivo de cobertura jornalística sobre o cooperativismo foi identificado alguns poucos exemplos de abordagem do tema com a ampliação do

dispõe sobre o cooperativismo?”, a ideia inicial era utilizar como objeto empírico reportagens das revistas segmentadas de cooperativismo que circulam no estado, por entender que nestes veículos especializados haveria maiores condições de propiciar um contexto maior sobre o assunto. Uma análise prévia, no entanto, levou ao descarte dos mesmos por considerar que outros problemas existentes nestes veículos poderiam prejudicar o foco da pesquisa. A falta de preocupação inclusive com o registro *ISSN* (*International standard serial number*), atualmente o único tipo de controle de publicações no Brasil, que acompanha a circulação e identifica o veículo, leva a questionar se haveria também nesses lugares alguma preocupação, em sua linha editorial, com critérios jornalísticos próprios coniventes com um dos *slogans* estampados na capa *Jornalismo comprometido com o cooperativismo catarinense*. Marshall afirma que a facilidade para abertura de empresas de comunicação conforme a legislação brasileira, sem que haja fiscalização ou normas que garantam o direito do leitor à informação jornalística, permitem a existência hoje de jornais criados apenas com o fim publicitário (2003, 136). Além disso, também não se encontraram nesses veículos reportagens mais aprofundadas, apenas notícias factuais, apesar da periodicidade trimestral. Já as revistas segmentadas de Economia foram desconsideradas por serem de abrangência nacional e não estadual.

contexto dos assuntos econômicos para o âmbito social, através da presença de características próprias do cooperativismo nessas notícias.

O levantamento dos dados nos jornais foi realizado através de uma leitura sistematizada pelo uso de categorias de análise que permitiram a contabilização e identificação da frequência de assuntos referentes ao cooperativismo, considerados pertinentes para esta pesquisa. A análise se dividiu em duas partes, conforme o recorte do *corpus*: uma quantitativa aplicada a todas as notícias publicadas na editoria de economia dos veículos no período definido, e outra quantitativa e qualitativa, aplicada apenas nas notícias que citavam o cooperativismo ou alguma cooperativa. Dessa forma para este estudo segue-se a orientação do sociólogo Robert K. Merton de que

O conteúdo (...) pode ser corretamente estimado somente mediante procedimentos sistemáticos. Assim como necessitamos de óculos de alcance para perceber objetos longínquos, assim também necessitamos meios, às vezes surpreendentemente simples, para perceber uma corrente de experiência que dura um largo período de tempo. Esses meios variam desde o extremo de calcular a frequência de certos símbolos-chave até o extremo oposto de determinar a estrutura da propaganda em conjunto ou de uma campanha completa de propaganda. (MERTON, 1968: 613)

4.1 Análise comparada do *Diário Catarinense* e *Diário do Iguçu* - recorte geral

No primeiro recorte do *corpus*, para identificação da frequência do assunto a leitura foi instrumentalizada com três grupos de categorias de análise: (1) análise temática - quantidade de temas abordados nas editorias de economia; (2) estudo de fontes, visa observar que fontes aparecem e predominam no noticiário econômico; (3) análise de itens - assinaturas e destaques (chamada de capa), que demonstram a relevância e espaço conferidas a determinada notícia.

No *corpus* selecionado no *Diário Catarinense* foram catalogadas 625 notícias. Dentre elas, 16 (2,56%) mencionam o cooperativismo ou alguma cooperativa. Para avaliar esta frequência como alta ou baixa, considera-se apropriado observar a participação do cooperativismo na Economia no estado. Entretanto a comparação pelo

rendimento financeiro destoa dos princípios da Economia Social, que inclui em seu cálculo de rentabilidade sócio-econômica quesitos não considerados pelas empresas capitalistas tradicionais. Ao invés das cifras, o critério de comparação aqui utilizado para mensurar a participação do cooperativismo na economia catarinense foi o número de pessoas associadas a alguma cooperativa, portanto partes interessadas no que diz respeito ao tema e que também integram o público-alvo com o qual o veículo se compromete. A proporção aproximada é de um cooperado em cada quatro catarinenses. Os 2,56% ficam longe dos 22,9% da população cooperada catarinense que teria interesse econômico pessoal direto nessas notícias. Vale ainda lembrar do interesse daqueles que estão indiretamente ligados ao cooperativismo, caso de possíveis dependentes de associados como filhos ou familiares.

No *Diário do Iguçu* a frequência de notícias que abordam o cooperativismo é maior. Das 502 notícias catalogadas, 67 (13,3%) abordam o cooperativismo. Entretanto tomando por base o mesmo parâmetro aplicado ao DC para mensurar a participação do cooperativismo na economia local, a frequência do cooperativismo no noticiário econômico fica abaixo da população cooperada local. Em 2012, os municípios onde o jornal possui sucursais totalizavam 344.951 habitantes²¹. Nesses municípios, somente nas cooperativas afiliadas à Ocesc há 144.096 cooperados. Considerando tais dados, quase a metade da população na região é associada a cooperativa, 41,7%²² da população.

Análise Temática. A análise temática das notícias publicadas foi realizada a fim de identificar alguma predominância ou não e também para melhor efeito de comparação, contabilizando e considerando as notícias que tratam de assuntos onde há atuação do cooperativismo. As notícias foram distribuídas com relação ao tema, de

²¹ Dados da população estimada de 2012 pelo IBGE. dos municípios de Chapecó (189.052), Concórdia (69.462), Joaçaba (27.467), São Lourenço do Oeste (22.062) e São Miguel do Oeste (36.908), cidades onde o Diário do Iguçu possui sucursais.

²² O cálculo toma por base os dados de população do IBGE e o número de associados das 29 cooperativas sediadas nesses municípios no mesmo ano, dados fornecido pela Ocesc: Chapecó (66.161), Concórdia (45.375), Joaçaba (21.802), São Lourenço do Oeste (10.758) e São Miguel do Oeste (35.849).

acordo com o Gráfico 2²³. As temáticas prioritariamente observadas são os ramos da economia em que as cooperativas afiliadas à Ocesc atuam²⁴ - Produção²⁵, Trabalho, Agropecuária²⁶, Transporte, Crédito²⁷, Consumo, Mineral, Infraestrutura, Educacional, Habitacional, Saúde e Especial²⁸. A categoria Cooperativismo foi criada para incluir duas notícias pautadas pelo cooperativismo, enquanto movimento. Para o registro das demais notícias em que não há atuação do cooperativismo em Santa Catarina, criou-se a classificação "Outras", na qual buscou-se seguir a mesma lógica de divisão temática utilizada por Paula Puliti²⁹ (2013: 111) em sua tese sobre a financeirização do noticiário econômico, a fim de permitir um diálogo com este trabalho. A título de esclarecimento, o ramo Turismo e Lazer é o único ramo de atuação do cooperativismo registrado pela Organização das Cooperativas do Brasil (OCB) em que não há atuação no estado dentre as cooperativa afiliadas à Ocesc.

²³ Vale observar que é possível que uma notícia esteja cadastrada em mais de uma categoria, por exemplo, "Agropecuária e Crédito" ou "Consumo e Outras-Inflação". Portanto a soma dos números da distribuição temática (704) naturalmente excede o número total de notícias.

²⁴ A utilização no estudo apenas das cooperativas filiadas à Organização das Cooperativas Catarinenses, Ocesc, deve-se à disponibilidade de dados agrupados sobre o cooperativismo, aqui utilizados como parâmetros.

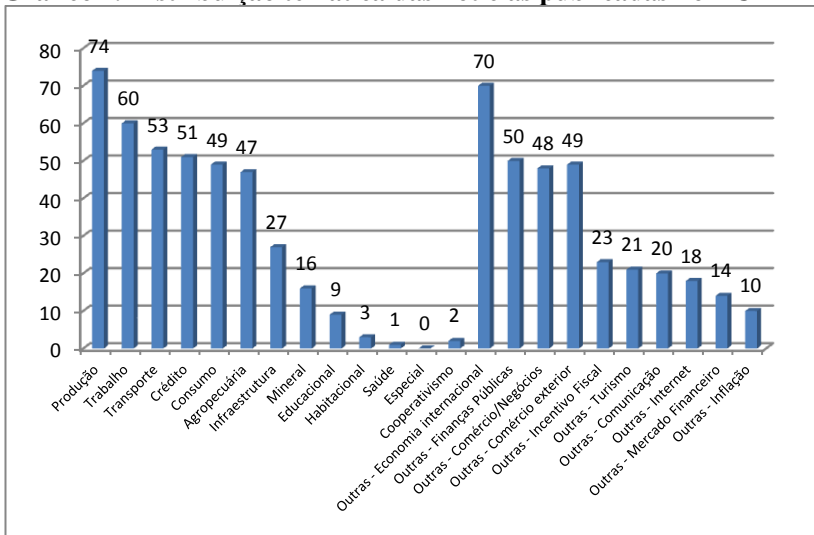
²⁵ A categoria agrupa as notícias pautadas pelo produção de algum bem ou serviço, em sua maioria do setor industrial.

²⁶ As atividades da aquicultura também estão contabilizadas nesta categoria.

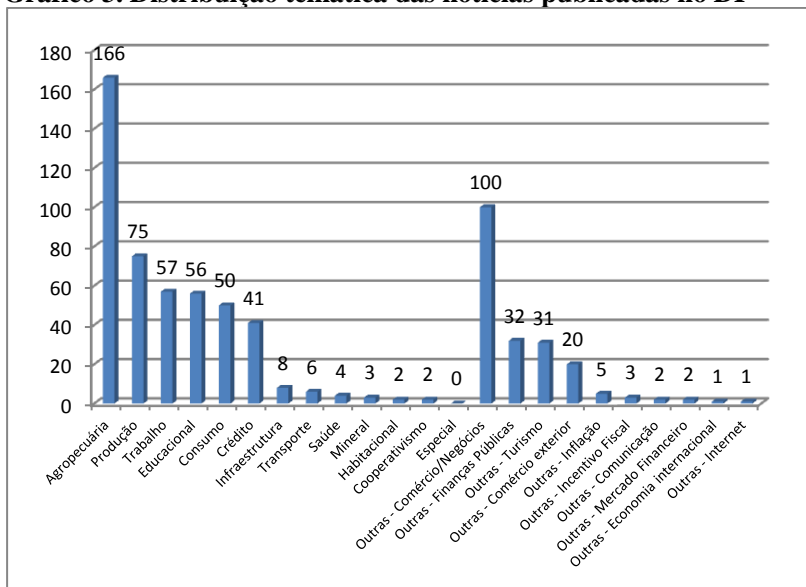
²⁷ Assuntos sobre investimentos e finanças pessoais estão agrupados na categoria crédito, uma vez que as cooperativas de crédito oferecem todos os serviços do sistema financeiro, e não apenas o que lhe dá nome.

²⁸ Trata-se de uma cooperativa de pais, amigos e portadores de deficiência.

²⁹ A tese foi defendida em 2009 mas o corpus da pesquisa empírica é o noticiário econômico dos jornais de distribuição nacional *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo* de 1989 a 2002.

Gráfico 2. Distribuição temática das notícias publicadas no DC

A primeira constatação feita da leitura do gráfico acima é que existe um certo equilíbrio entre a publicação dos temas onde há atuação do cooperativismo e os demais temas: 54,4% das notícias dizem respeito aos primeiros 12 ramos. No geral, existe um interesse considerável pelas temáticas referentes ao capital financeiro de interesse privado. As referências à Economia Internacional (70), Comércio/Negócios (48), Comércio Exterior (49), Crédito (51) e Mercado Financeiro (2) ocorrem em 220 notícias, 35,2% do total. O número corrobora um pouco com a ideia de Puliti sobre a presença do capital financeiro, mas o gráfico também demonstra interesse significativo relativo aos temas Produção (74), Trabalho (60), Agropecuária (47), Transporte (53), Consumo (49), Finanças Públicas (50), Turismo (21), Comunicação (20) e Internet (18), que somam 333 notícias, 62,7%, indicativo não só da presença mas de uma maioria de outros interesses em pauta além do capital financeiro.

Gráfico 3. Distribuição temática das notícias publicadas no DI

A mesma leitura feita no *Diário do Iguçu* aponta para uma predominância dos temas de atuação do cooperativismo - 70,5% das notícias. Somados, os assuntos referentes ao capital financeiro de interesse privado, aproximam-se do percentual do *Diário Catarinense*, entretanto ressalva-se que no veículo regional este percentual deve-se em sua maior parte ao predomínio do tema Comércio/Negócios. Os temas Economia Internacional (1), Comércio/Negócios (100), Comércio Exterior (20), Crédito (41) e Mercado Financeiro (2) ocorrem em 164 notícias, 32,5% do total, bem próximo ao do DC.

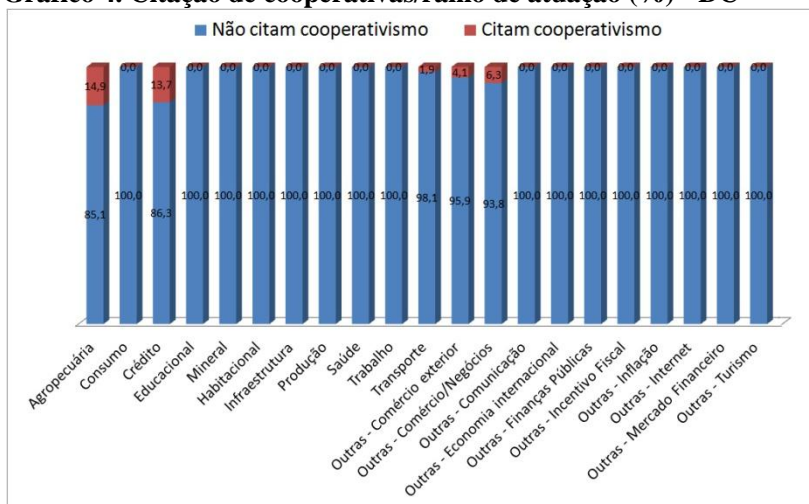
A esmagadora maioria de assuntos referentes à Agropecuária (166) e o significativo interesse pelos temas Produção (75), Trabalho (57), Educação (56), Consumo (50), Finanças Públicas (32), Turismo (31), estão presentes em 92,5% do noticiário, o que demonstra uma produção diversificada no noticiário econômico deste veículo que vai além do capital financeiro, diferenciando-se bastante da tese de Puliti.

Comparada às constatações de Puliti, tais dados podem sugerir uma mudança de direcionamento no noticiário econômico de 2002 para 2012 ou do noticiário nacional, dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*, para o estadual *Diário Catarinense*, e o regional *Diário do Iguçu*. Entretanto, a afirmação destas inferências requer pesquisa com

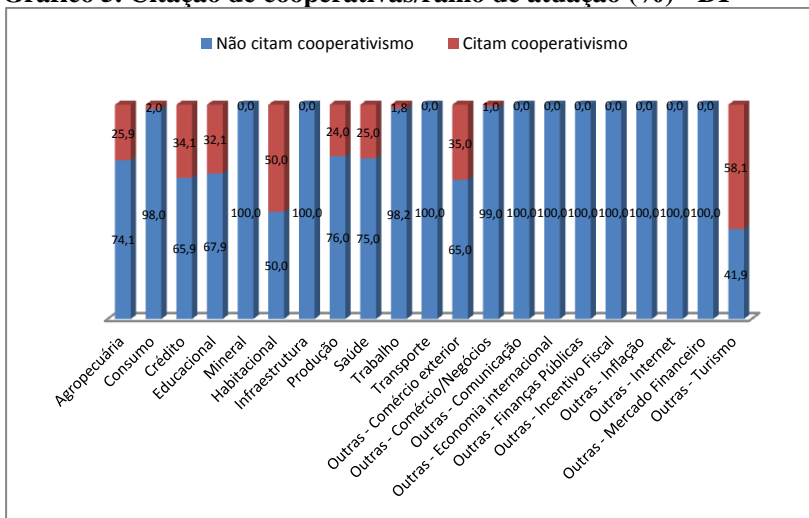
o mesmo recorte nos veículos regional, estadual e nacionais. Em contrapartida, no *Diário Catarinense*, da mesma forma que Puliti localizou nos veículos nacionais naquele período, chama atenção a baixa incidência de temas de interesses sociais nesta editoria como Educação (9), Habitação (3) e Saúde (1) que também se inserem na economia, 13 notícias, 2% do total. Já o *Diário do Iguçu* apresenta um índice maior na incidência desses temas, Educação (56), Habitação (1) e Saúde (4), 61 notícias, 12,1%.

Com relação à presença do cooperativismo, no DC, das 390 notícias que se referem aos 12 ramos econômicos aos quais há cooperativas no estado, 15³⁰ (3,84%) mencionam o cooperativismo. No DI, esse total é de 470, e 123 (24,4%) fazem menção ao cooperativismo. Os Gráficos 4 e 5 mostram a divisão temática a partir deste recorte. A Tabela 3 serve de subsídio para melhor compreensão da participação do cooperativismo por ramo de atuação econômica e comparação com a distribuição temática das notícias que o abordam.

Gráfico 4. Citação de cooperativas/ramo de atuação (%) - DC



³⁰ Uma das 16 notícias trata apenas do cooperativismo enquanto movimento e não aborda um ramo específico da economia. Logo, não é contemplada neste cálculo.

Gráfico 5. Citação de cooperativas/ramo de atuação (%) - DI**Tabela 3. Cooperativas por ramo de atuação em SC e na região de Chapecó**

Ramo de atuação	Cooperativas afiliadas à Ocesc na área de circulação do DC	Cooperativas afiliadas à Ocesc na área de circulação do DI
Crédito	64	7
Agropecuário	53	6
Infraestrutura	33	0
Transporte	30	7
Saúde	30	4
Trabalho	14	2
Consumo	13	2
Educacional	10	1
Habitacional	5	0
Produção	2	0
Mineral	1	0
Especial	1	0

No *Diário Catarinense*, comparando o Gráfico 4 com a Tabela 3 observa-se que os temas Agropecuária, Crédito e Transporte, em que há menção a cooperativas nas notícias, correspondem a três dos cinco ramos econômicos onde se localiza um maior número de cooperativas no estado. Entretanto, mesmo nestes temas, a cobertura não se aproxima do percentual de 22,9% da população associada, comparativo aqui usado como parâmetro ideal para inferir a participação do cooperativismo na economia, conforme já explicado³¹. Não houve menção ao cooperativismo em nenhuma das notícias dos demais ramos, em especial Infraestrutura, Trabalho e Consumo - temas de recorrência considerável no noticiário, conforme Gráfico 2, e ramos de atuação que somam 60 cooperativas no estado.

No *Diário do Iguçu* os 58% de menção ao cooperativismo nas notícias referentes ao Turismo e os 32% à Educação correspondem em sua maior parte às notícias de eventos e feiras agropecuárias promovidas por grandes cooperativas de produção como é o caso da Cooperalfa, Copérdia e Cooperitaipu. Esses eventos têm o objetivo de integrar os produtores e disseminar novas tecnologias e técnicas de produção com exposição, palestras e oficinas. No Campo Demonstrativo Alfa, por exemplo, a reportagem indica que são ministradas cerca de 300 minipalestras por dia no evento que reuniu 6 mil visitantes. Os 35% das notícias que abordam o cooperativismo quando o tema é Comércio Exterior devem-se à exportação da suinocultura através da Aurora e os 34% das notícias na categoria crédito, a cooperativas do sistema Sicoob. Nota-se que não houve menção às cooperativas do ramo de transportes, um dos que mais possuem cooperativas na região, tema que a editoria contabilizou apenas seis notícias (Gráfico 3).

³¹ Uma das limitações desta pesquisa foi a dificuldade de obtenção de dados e pesquisas sobre a participação econômica do cooperativismo no desenvolvimento sustentado no estado. A comparação entre cooperativas e empresas mesmo que atuantes no mesmo ramo, é também dificultosa por conta da diferença na natureza jurídica dessas instituições. Para o cálculo de população associada por ramo seria necessário além do número de empresas atuantes na mesma atividade econômica, o número de pessoas envolvidas com as instituições (associados, no caso das cooperativas, e clientes das empresas do mercado tradicional) uma vez que a rentabilidade de ambas é diferente. O acúmulo de capital (ou de sobras, termo que no cooperativismo corresponderia ao lucro, resultante da produtividade) não é a melhor forma de parâmetro para medir a eficiência de cooperativas pois distorce sua essência enquanto Economia Social.

Análise de itens - destaques de capa. Ainda sobre a frequência, outra análise feita diz respeito ao destaque das notícias da editoria de economia através das chamadas de capa. No *Diário Catarinense*, das 625 de Economia, 97 (15,52%) apareceram na capa. Dessas, quatro citavam cooperativas - uma abordando o tema Transporte, uma Agropecuária e duas Crédito e Agropecuária. Os temas que mais tiveram chamadas de capa foram Produção, Agropecuária, Crédito e Finanças Públicas, conforme Gráfico 6. Outro destaque de edição do *Diário Catarinense* é a identificação como "Reportagem Especial". No período observado houve 28 reportagens especiais de economia, nenhuma delas com menção ao cooperativismo.

No *Diário do Iguçu*, do total de 502 notícias catalogadas, 89 (17,7%) tiveram chamada de capa, 22 delas com menção ao cooperativismo - 19 do tema Agropecuária, 9 de Educação, 8 de Turismo, 3 de Produção, 1 de Saúde. 1 de Trabalho, 1 de Cooperativismo e 1 de Comércio Exterior. Do total das notícias os temas que mais tiveram destaque foram Agropecuária, Comércio/Negócios, Educação, Turismo e Consumo.

Gráfico 6. Distribuição temática das notícias com chamada de capa no DC

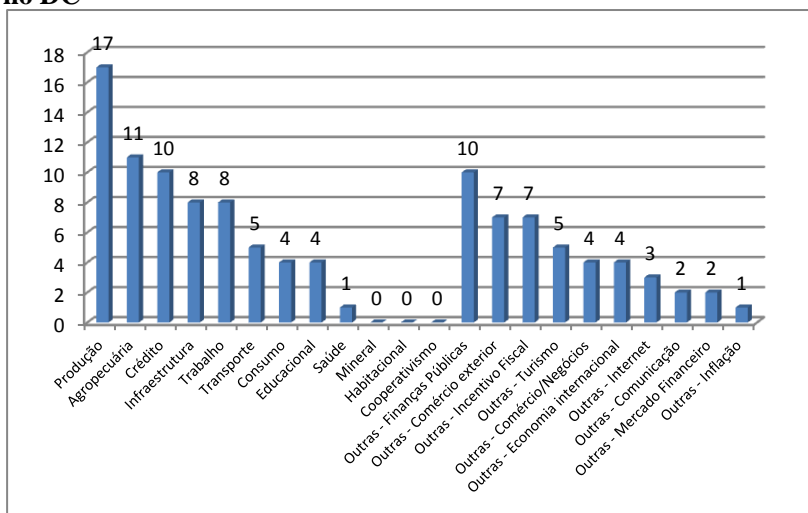
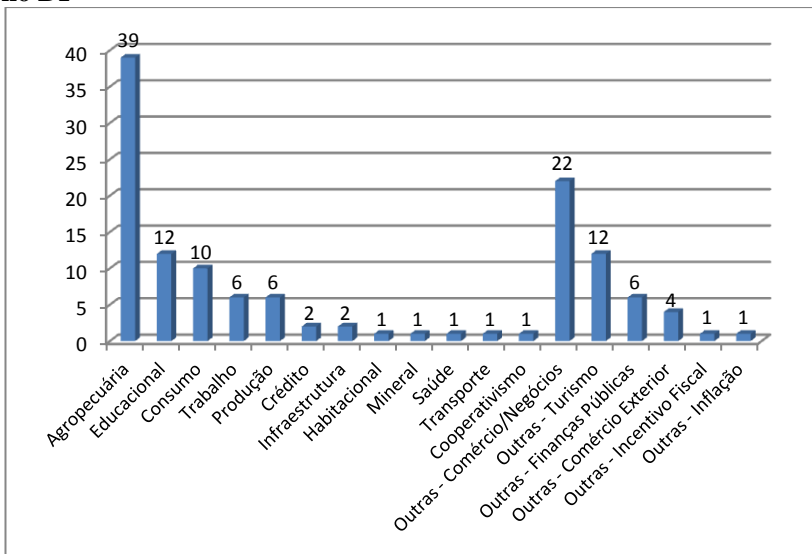


Gráfico 7. Distribuição temática das notícias com chamada de capa no DI



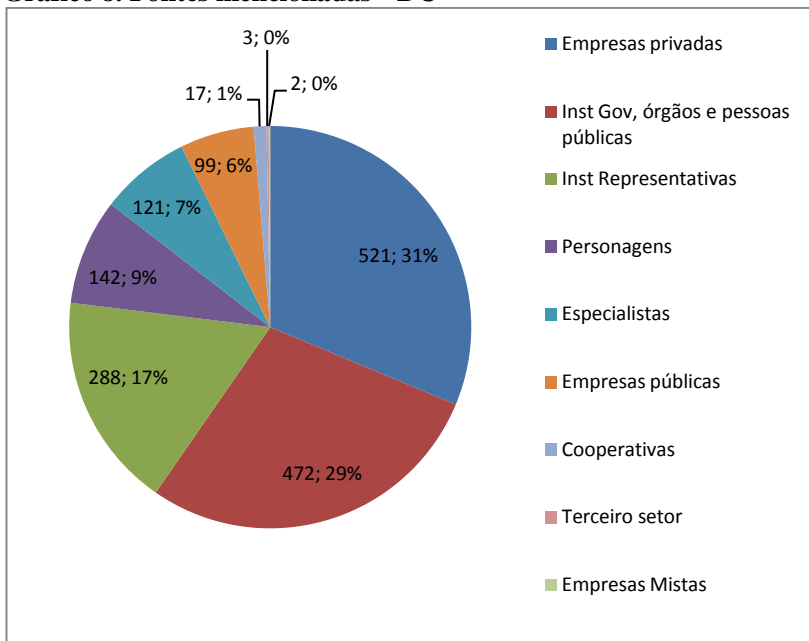
A relevância das notícias de Economia medida pelo destaque com chamada de capa é semelhante em ambos os jornais, 15,5% das notícias de Economia do DC e 17,7% do DI. Enquanto no DC predominam os temas Produção, Agropecuária, Crédito e Finanças Públicas, no DI prevalecem com destaque Agropecuária, Comércio/Negócios, Turismo e Consumo. Vale observar que as temáticas das notícias que ganham esse destaque (gráficos 6 e 7) não acompanham necessariamente as temáticas do maior número de notícias das editoriais (gráficos 2 e 3).

Fontes. Mais do que o número de fontes do cooperativismo ouvidas, por conta da baixa frequência sobre o assunto assinalada acima, interessou antes para esta pesquisa observar quais fontes ocupam espaço no noticiário econômico. Para tanto criou-se nove categorias, divididas de acordo com a representação da citação: (1) quando a fonte fala em nome de alguma instituição, foi contabilizada na categoria de sua instituição, de acordo com a natureza jurídica - Empresa Privada,

Empresa Pública, Empresa Mista, Terceiro Setor³², Cooperativa; (2) outra categoria agrupa as fontes consultadas como especialistas - estudiosos e pesquisadores de algum assunto, independente da natureza da instituição a qual a fonte está vinculada; (3) quando fala em interesse próprio e pessoal, enquanto pessoa física, a fonte entra na categoria personagens; (4) quando fala em nome de uma associação com interesse próprio (sindicatos de trabalhadores e associações de produtores, empresas e outras classes), é contabilizada na categoria das Entidades representativas; (5) Pessoas públicas (governantes, legisladores e ministério público), foram alocadas na categoria "Instituições governamentais, órgãos e pessoas públicas"³³.

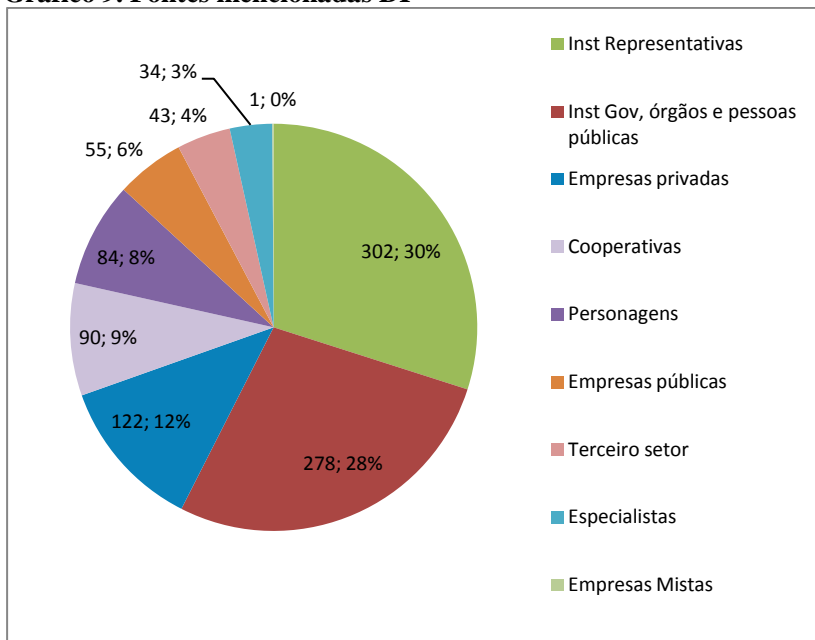
³² A categoria agrupa as Organizações Não Governamentais (ONGs), entidades privadas sem fins lucrativos que exercem atividades de interesse público, como Fundações, Institutos e OSCIPs.

³³ As Fundações públicas e autarquias, como IBGE e Ibama estão incluídas neste grupo.

Gráfico 8. Fontes mencionadas³⁴ DC

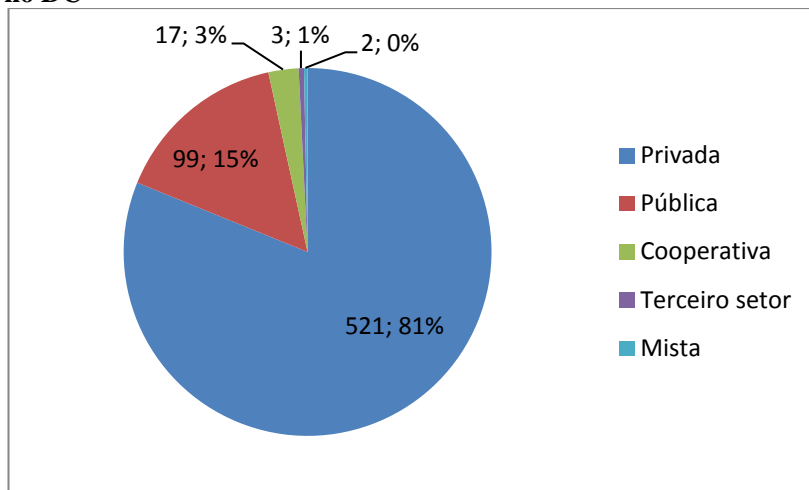
O Gráfico 8 denota que no *Diário Catarinense* o noticiário econômico concede espaço predominante para a iniciativa privada com fins lucrativos e as Instituições Governamentais. As empresas privadas estão em 31% das fontes mencionadas pelo noticiário econômico, seguidas das Instituições Governamentais, com 29%, e das Instituições Representativas de algum setor, que ocupam 17%. No grupo menor estão as empresas públicas, com 6% desse total, e as cooperativas têm 1% das menções. Observa-se ainda que houve 142 menções a pessoas físicas (9%) e que houve 121 consultas a fontes ouvidas como especialistas (7%). Com relação ao cooperativismo, há um personagem cooperado, quatro menções à Instituição representativa Ocesc, e nenhum especialista.

³⁴ O termo "mencionadas" é utilizado porque tais fontes apareceram nas matérias mas não necessariamente foram citadas, direta ou indiretamente. O termo "citação" seria melhor adequado a fontes ouvidas.

Gráfico 9. Fontes mencionadas DI

O predomínio de fontes no *Diário do Iguazu* está nas entidades representativas, 30% do total, seguido também pelas Instituições Públicas, com 28%. As empresas privadas são mencionadas em 12% das notícias e as cooperativas vêm em seguida em 9% delas. Das 84 pessoas físicas entrevistadas como personagem, nove são cooperados. Nas 34 fontes ouvidas como especialistas, quatro são especialistas em cooperativismo, de instituições representativas.

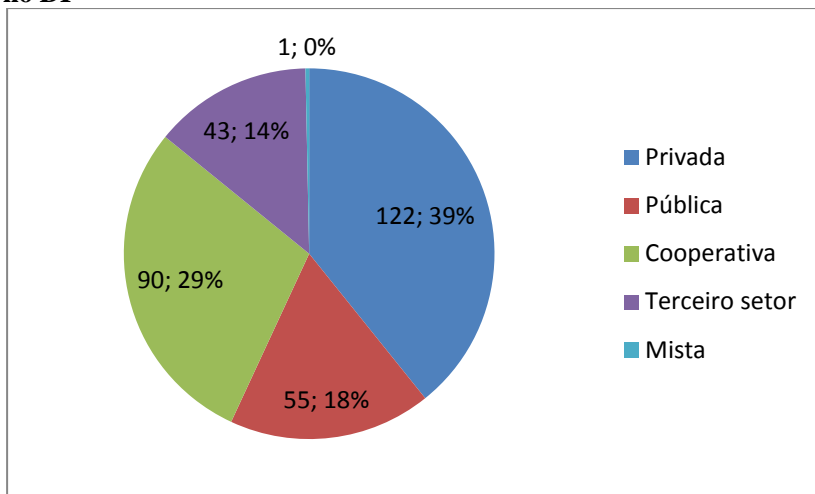
Gráfico 10. Menções a instituições econômicas por natureza jurídica no DC



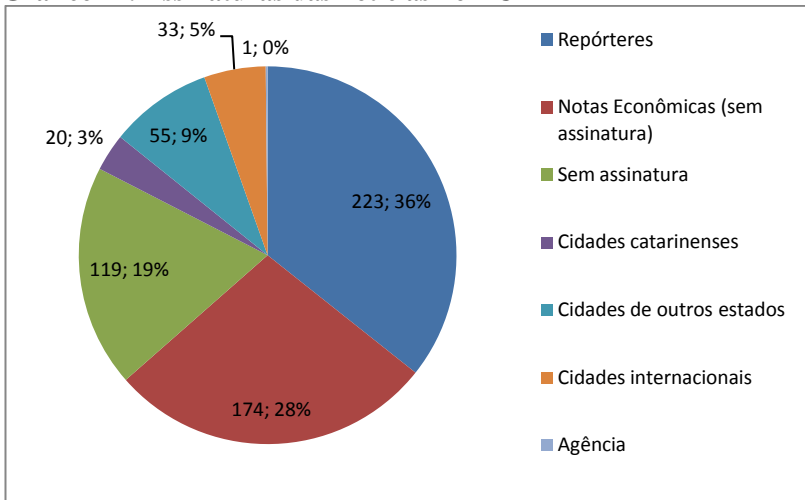
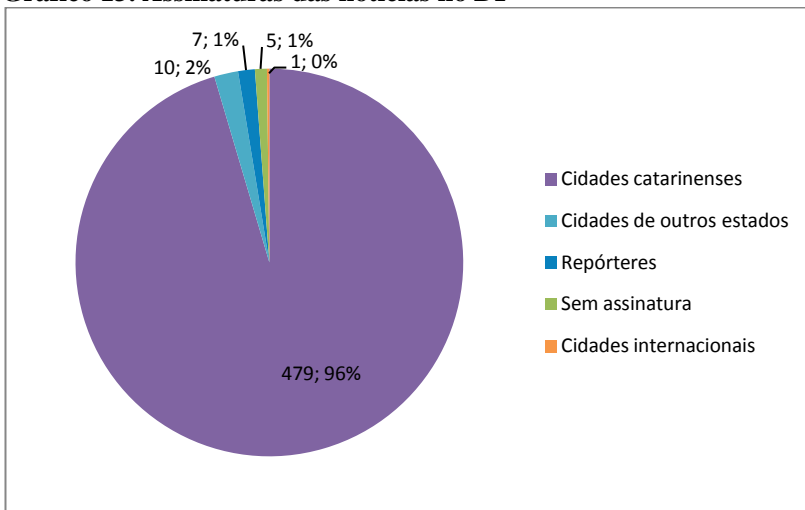
Ao se separar as instituições econômicas mencionadas conforme sua natureza jurídica das demais fontes (governo, entidades representativas e pessoas físicas), os dados do DC realçam ainda mais a presença das empresas privadas: 81% das menções a instituições econômicas correspondem a esta natureza. Em seguida, 16% equivalem a empresas públicas. Do total, de 1.272 instituições econômicas mencionadas nas matérias, 34 (3%) são de cooperativas. O Terceiro setor e as empresas mistas têm inserção ainda menor.

No *Diário do Iguazu* permanece o predomínio das empresas privadas diante de empresas de outras naturezas jurídicas, porém observa-se maior distribuição que no DC. As empresas do setor privado são mencionado em 39% das notícias, seguidas das cooperativas com 29%, das empresas públicas com 18% e o Terceiro setor também aparece com um percentual bem maior que o do DC, em 14% das matérias.

Gráfico 11. Menções a instituições econômicas por natureza jurídica no DI



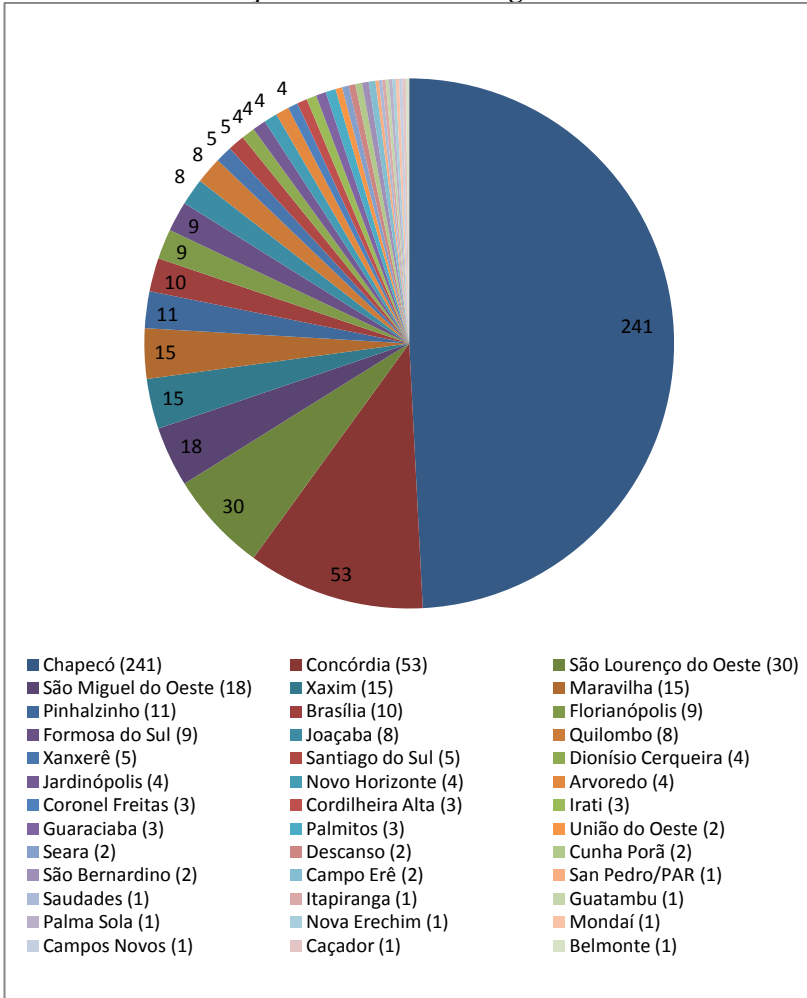
Assinaturas. Os critérios de assinatura variam de um veículo para o outro. Em ambos apenas pela análise do material publicado não foi possível identificar suas considerações. A maior parte das matérias do noticiário econômico do *Diário Catarinense*, 401 (64,2%), não são assinadas pelo responsável pela sua produção (jornalista ou agência). Destas, 293 não têm nenhum tipo de identificação (sem assinatura), 108 apresentam na assinatura o nome de alguma cidade, e uma provém de agência de notícias. Os repórteres assinaram 36% da produção de notícias.

Gráfico 12. Assinaturas das notícias no DC**Gráfico 13. Assinaturas das notícias no DI**

No *Diário do Iguçu* apenas sete notícias (1%) foram assinadas por repórteres e outras 5 não contêm nenhum tipo de assinatura. A maioria delas apresenta no lugar da assinatura o nome da cidade de origem da notícia. A título de curiosidade, destas foram localizadas uma notícia internacional, sobre a ocorrência de febre aftosa

no Paraguai, 10 da capital federal e nove da capital do estado. As demais correspondem à região de distribuição do jornal - quase a metade procede de Chapecó (49%), onde fica a sede do jornal, seguida por Concórdia (11%), São Lourenço do Oeste (6%) e São Miguel do Oeste (4%), cidades onde a RedeComSC possui sucursais. O Gráfico 14 enfatiza a preferência na editoria por notícias locais. Com ressalvas à concentração de notícias de Chapecó, sede do veículo, mostra também uma considerável distribuição da cobertura - 36 cidades da região somam 470 das 490 notícias com municípios citados. À exceção das cidades acima citadas, a participação das outras 32 varia de 0,2% a 3% (1 a 15 notícias).

Gráfico 14. Distribuição das cidades de origem das notícias no DI



4.2 Análise comparada do *Diário Catarinense* e *Diário do Iguaçu* - recorte específico, das notícias que abordam o cooperativismo (Etapa quantitativa)

A fim de analisar a abordagem do Jornalismo sobre o cooperativismo foi aplicado um recorte para análise mais aprofundada nas notícias que mencionaram o tema. Precedendo à etapa da análise qualitativa dessas notícias, a leitura sistemática através das categorias de análise explicitadas anteriormente, observada a partir desse novo recorte específico, permitiu novas interpretações com relação à frequência, presença e ausência de temas, das fontes mencionadas, dos destaques de capa e das assinaturas no que diz respeito especificamente ao cooperativismo.

Das 16 notícias que citaram o cooperativismo no *DC*, distribuídas pela temática conforme o Gráfico 15, quatro tiveram chamadas de capa, relacionadas aos temas Agropecuária, Crédito e Transportes. Do total das notícias que abordaram o cooperativismo, 13 citaram alguma cooperativa (Gráfico 17) - cinco matérias apenas fizeram menção, não utilizando como fonte. Observa-se que também neste recorte no *DC* predomina a presença das empresas privadas. Com relação as assinaturas, o Gráfico 19 mostra que a maior parte das matérias que tratam do cooperativismo no *DC* são assinadas por repórteres.

No *Diário do Iguaçu*, a distribuição temática das 67 notícias que abordam o cooperativismo é demonstrada pelo Gráfico 16. Destas, 22 tiveram destaque em capa, abordando os temas Agropecuária, Educação, Turismo, Produção, Comércio exterior, Saúde, Trabalho e Cooperativismo. Nessas 67 notícias, as fontes predominantes são as Cooperativas, seguidas pelas Instituições públicas, Empresas privadas e Órgãos representativos, conforme Gráfico 18. Dentre os Especialistas ouvidos sete são do cooperativismo e dentre os personagens, dois são associados. Quanto às assinaturas no *DI*, uma notícia sobre o cooperativismo foi assinada por repórter, duas não contêm assinatura e as demais são identificadas pelas cidades da região, com destaque para Chapecó, Concórdia e Pinhalzinho.

Gráfico 15. Distribuição temática das notícias que mencionam cooperativismo no DC

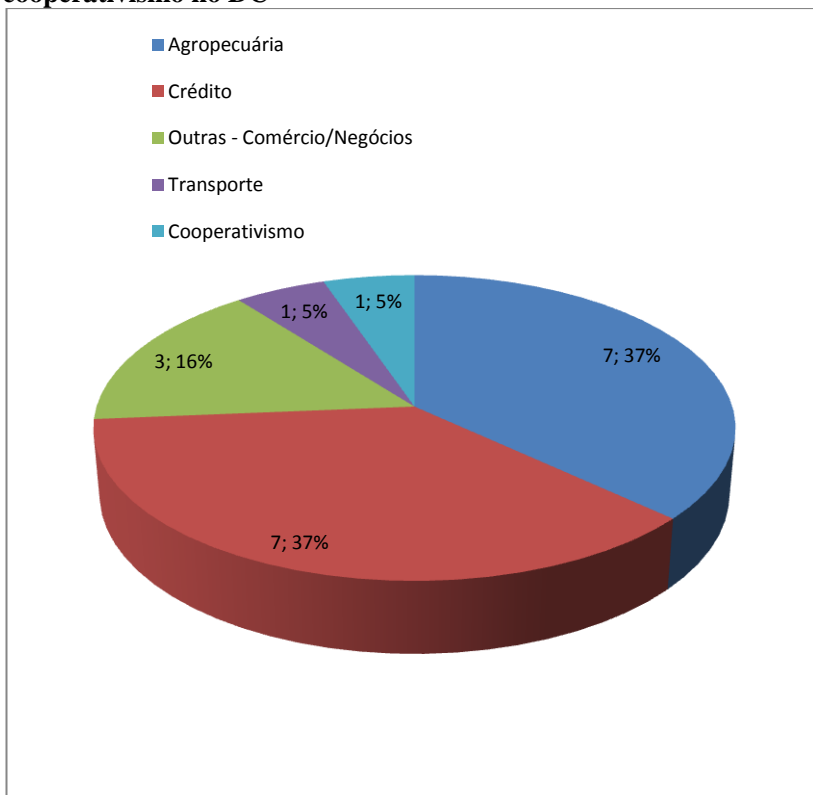


Gráfico 16. Distribuição temática das notícias que mencionam cooperativismo no DI

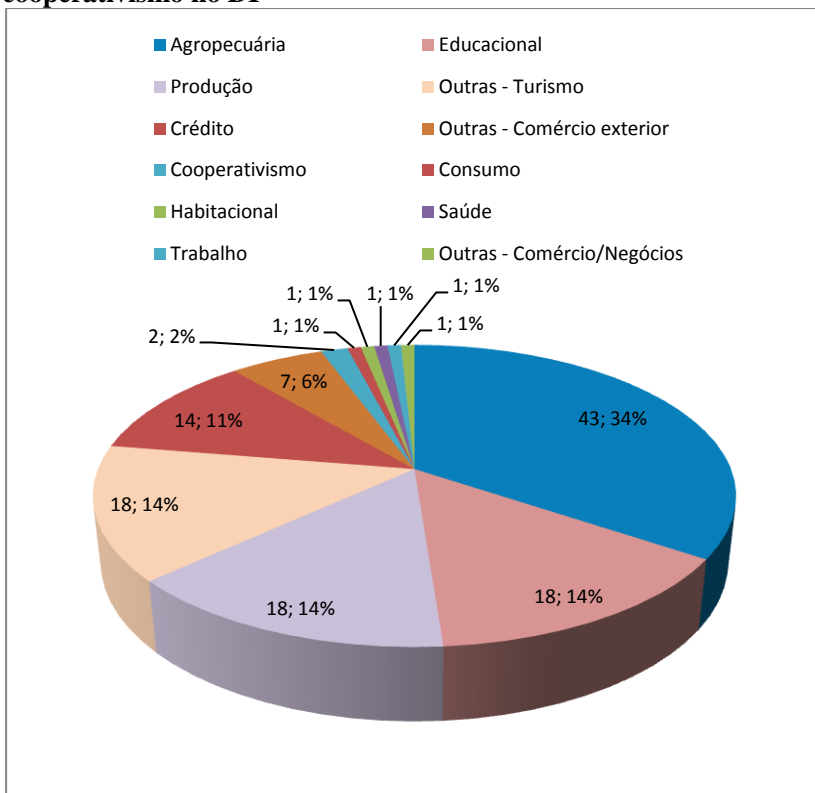


Gráfico 17. Fontes mencionadas nas notícias do cooperativismo no DC

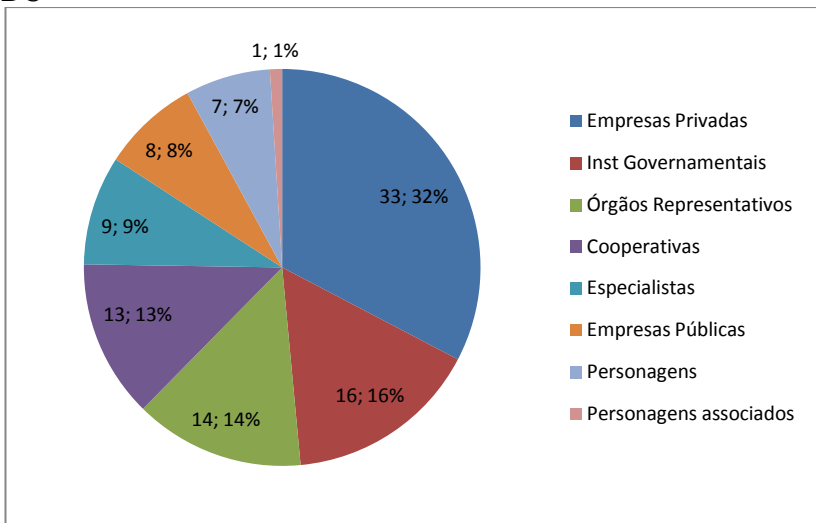


Gráfico 18. Fontes mencionadas nas notícias do cooperativismo no DI

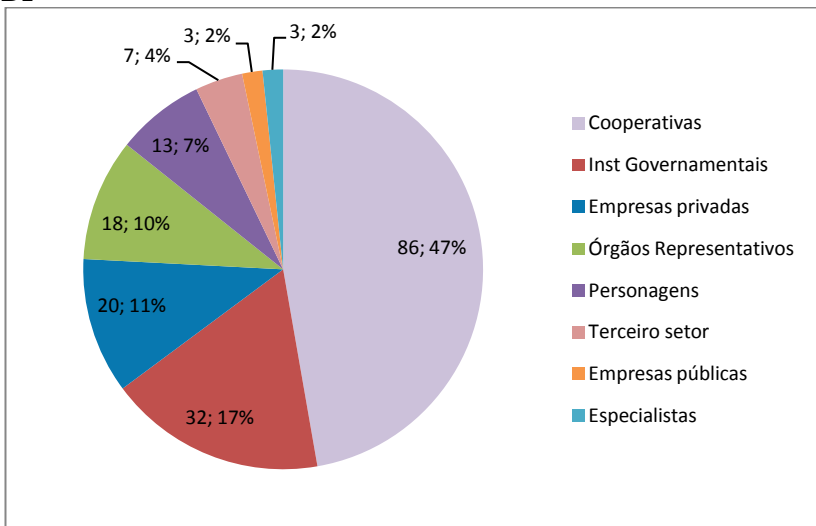


Gráfico 19. Assinaturas das notícias que mencionam o cooperativismo no DC

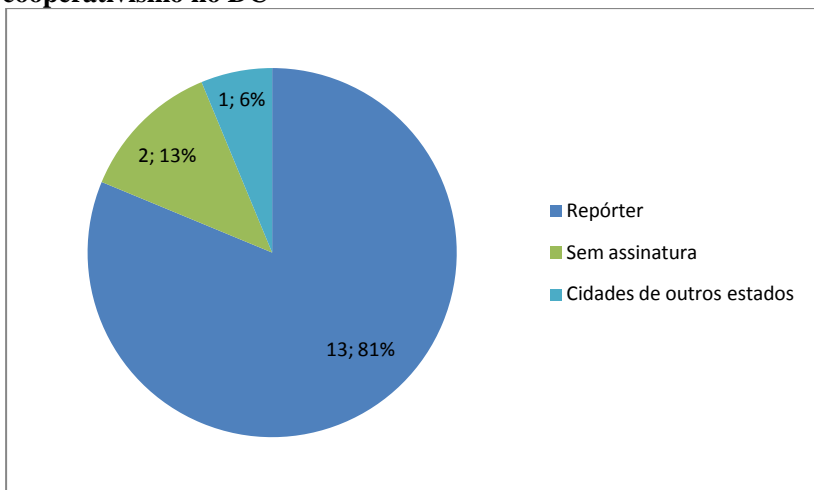


Gráfico 20. Assinaturas das notícias que mencionam o cooperativismo no DI

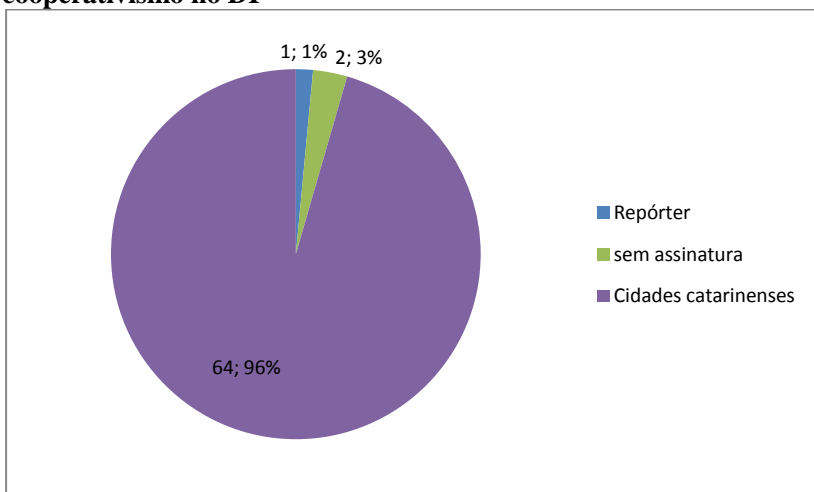
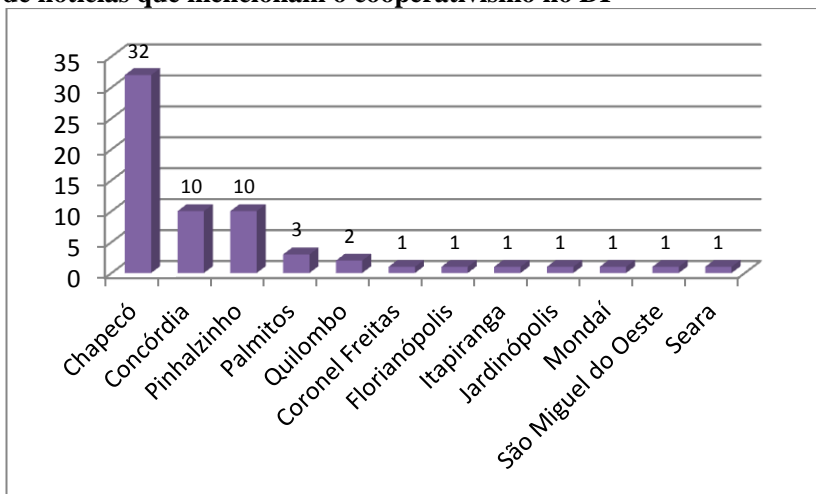


Gráfico 21. Detalhamento das cidades catarinenses em assinaturas de notícias que mencionam o cooperativismo no DI



4.3 Análise comparada do *Diário Catarinense* e *Diário do Iguçu* - recorte específico, das notícias que abordam o cooperativismo (Etapa qualitativa)

A etapa qualitativa, aplicada às notícias que fazem referência ao cooperativismo, foi feita através de uma leitura crítica que considerou o tratamento sobre características que distinguem uma sociedade cooperativa de uma empresa do mercado hegemônico tradicional. Santos e Rodríguez apontam que a grande relevância do estudo dos modos de produção alternativos é a existência neles de "fatores de emancipação social". São esses fatores que permitem pensar algumas formas de Economia enquanto modo alternativo de produção social. Ao citarem o caso do complexo Cooperativo de Mondragón, na Espanha, os pesquisadores explicam que as estratégias empresariais adotadas para enfrentar algumas dificuldades não desvirtuaram a estrutura cooperativa. Eles abordam algumas delas, que aqui estão resumidas em cinco pontos: (1) garantia de representação em todos os órgãos de decisão; (2) limitação de trabalhadores não-sócios a 10% do pessoal; (3) compromisso com a manutenção do emprego; (4) capitalização pelas contribuições dos trabalhadores e não de investidores externos; (5) política de combate ao crescimento desmedido, através da criação de novas cooperativas pequenas para dividir o trabalho de alguma

cooperativa bem-sucedida a fim de evitar desigualdade entre as cooperativas e dependência do Complexo à uma cooperativa maior, além de proporcionar novos empregos. Os pesquisadores avaliam que o complexo de Mondragón transformou "limitações impostas pelos princípios cooperativos" em "restrições virtuosas". (RODRÍGUEZ e SANTOS, 2002, 39) A leitura que se faz a partir disso é que tais estratégias poderiam portanto ser identificadas como fatores de emancipação social do cooperativismo.

As características consideradas pertinentes para este trabalho que levaram a formulação do segundo grupo de categorias de análise são alguns diferenciais ideológico/estruturais das cooperativas com relação ao modo de empresa capitalista tradicional. Como ferramenta de análise, retomou-se neste estudo os sete princípios cooperativistas, diretrizes e características através das quais as cooperativas são diferenciadas do mercado hegemônico e enquadradas no grupo da Economia Social. Associam-se aqui as ideias dos princípios cooperativistas aos fatores de emancipação social. Portanto, ao identificar se o Jornalismo aborda alguma questão referente aos princípios cooperativistas acredita-se identificar a abordagem da presença/ausência de fatores de emancipação social no cooperativismo catarinense.

Algumas *marcas* nas notícias permitiram associar informações presentes no texto a este princípios. Por exemplo, a abordagem de questões relacionadas à participação política dos associados que indiquem a efetivação dos princípios democráticos nas cooperativas, como assembleias de eleição e decisões sobre a divisão dos resultados e outros assuntos estão diretamente relacionadas ao 2º Princípio, da Gestão Democrática.

A leitura crítica das notícias realçou alguns indicadores de produção de não-existência às alternativas de modos de produção pelo Jornalismo, mas também levantou exemplos de considerações importantes no que tange à cobertura do tema. Tais observações foram agrupadas em três questões, com relação a:

(1) presença ou ausência das entidades cooperativas enquanto fontes de informação quando o assunto da matéria diz respeito ao cooperativismo;

(2) presença ou ausência dos Princípios Cooperativistas (Fatores de Emancipação Social);

(3) presença de distorções no que se refere às características básicas da essência ideológica do cooperativismo, como por exemplo o uso de termos impróprios como "lucro" e "banco" em referência a cooperativas, conforme determinado pela Lei 5.764/1971 que define a Política Nacional do Cooperativismo³⁵.

4.3.1 Análise qualitativa da abordagem sobre o cooperativismo no DC

Uma análise crítica específica de cada texto baseada em uma leitura minuciosa permitiu algumas observações sobre a abordagem do tema *cooperativismo* nessas notícias. O ponto de partida era a busca pela presença de Fatores de Emancipação Social. A partir da leitura identificou-se algumas semelhanças nas observações acerca dos textos que foram agrupadas em categorias que denotam: (1) um silenciamento por mencionar as cooperativas mas nem sempre dar voz a elas, mesmo quando estas estão diretamente ligadas ao assunto da pauta; (2) um direcionamento da lógica produtivista de mercado na cobertura do tema e (3) uma distorção do entendimento dos conceitos e práticas cooperativas enquanto integrante da Economia Social.

No *Diário Catarinense*, 5 das 16 matérias que mencionaram cooperativas não as têm como foco principal. Nesses casos as cooperativas apenas apareceram porque tinham alguma ligação indireta com o tema. Cita-se como exemplo a reportagem "*Desbravando o rico interior de São Paulo*", de 29 de janeiro. A reportagem possui três páginas e trata da competição entre grandes redes varejistas. A cooperativa Cravil é apenas mencionada em uma linha da matéria correlata sobre a empresa privada Havan, que faz uma pequena citação por estar construindo um centro comercial em parceria com a cooperativa.

³⁵ De acordo com a legislação vigente, "Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, **sem objetivo de lucro.**" (Art. 5º, Cap III, Lei 5.764/1971); "As sociedades cooperativas poderão adotar por objeto qualquer gênero de serviço, operação ou atividade, assegurando-se-lhes o direito exclusivo e exigindo-se-lhes a obrigação do uso da expressão "cooperativa" em sua denominação. Parágrafo único. **É vedado às cooperativas o uso da expressão "Banco".** (Art. 5º, Cap III, Lei 5.764/1971);

As outras 11 notícias abordam as cooperativas como atuantes em alguma atividade econômica, o que permite recalcular o dado da participação do cooperativismo no noticiário econômico com mais precisão - 1,8%. Destas, quatro tiveram citações diretas de dirigentes de cooperativas, outras quatro, citações indiretas dos mesmos, e em uma notícia há uma citação de um cooperado não dirigente (personagem). Três dessas notícias não tiveram citações de cooperativas. A existência de matérias que citam as cooperativas como instituições diretamente ligadas ao tema da pauta mas não as utilizam como fonte, isto é, não dão voz às mesmas, aponta para um tipo de silêncio provocado pela cobertura a estas instituições. São os casos especificados na Tabela 4.

Tabela 4. Participação das cooperativas no assunto em pauta - DC

Data	Matéria	Participação das cooperativas no assunto em pauta
12/jan	<i>Antes tarde do que nunca - Governo renegocia dívidas</i>	Trata do Prodecoop, linha de financiamento do governo pelo BNDES específica às cooperativas de crédito
3/jul	<i>Contas atrasadas - Inadimplência cresce, mas não deve ir longe</i>	Aborda a exigência do Banco Central às cooperativas de crédito para maior controle dos empréstimos oferecidos.
11/jul	<i>Crise na suinocultura - Sul do país deve receber crédito de R\$ 200 milhões</i>	As cooperativas fazem parte do grupo dos destinatários do recurso.

Com relação à matéria *Contas atrasadas - Inadimplência cresce, mas não deve ir longe* observou-se que a medida tomada pelo Banco Central com as cooperativas (a matéria não aborda nenhuma ação em relação aos bancos) não corrobora com o argumento do presidente de um sistema de cooperativas de crédito de que a baixa inadimplência seria um diferencial positivo das cooperativas de crédito em relação aos

bancos. Ocorre que tal argumento foi citado em outra matéria do DC, "*Crédito em SC - Cooperativas vão competir com os bancos*", publicada em data anterior, no dia 24 de março. A existência de informações conflituosas em duas matérias de diferentes dias sem contraponto, aponta para uma falha de apuração e falta de questionamento e denota que as informações não foram confrontadas e que pelo menos uma delas não foi checada, o que assinala uma necessidade ainda maior de entrevista a algum representante do cooperativismo sobre as medidas do Banco Central para com as cooperativas.

Fatores de emancipação social. Foram observadas cinco citações correspondentes a Fatores de emancipação social em quatro matérias, descritos na Tabela 5.

Tabela 5. Fatores de emancipação social - DC

Data	Matéria	Fatores de emancipação social
17/jan	<i>Estiagem no Oeste - Plano de combate à seca é considerado insuficiente</i>	Citação do presidente da Aurora de que vai " incentivar seus integrados a acessarem o Programa Juro Zero", criado pelo Estado "para bancar o juro de financiamento de cisternas, sistemas de captação e armazenagem de água e distribuição", e também da assinatura de "um termo de cooperação técnica com as agroindústrias para incentivar a instalação desses sistemas nos aviários e pocilgas.". As políticas de incentivo aproximam-se do <u>5º princípio do cooperativismo</u> , de comprometimento da cooperativa com " <u>Educação, formação e informação</u> " de seus membros.
6/fev	<i>Explosão de caixas eletrônicos - O prejuízo nas cidades atacadas</i>	Há indicativos do <u>5º princípio</u> , semelhante ao exemplo anterior, na declaração da Via Credi de que: "Está reforçando a segurança e conscientizando o público interno e cooperados . E está reivindicando ações do poder público para reforçar a segurança.". É a única das empresas citadas na matéria (entre cooperativas e bancos) que diz estar reivindicando ações de segurança junto ao

		poder público, portanto politizando a questão.
24/mar	<i>Crédito em SC - Cooperativas vão competir com os bancos</i>	Há tentativas de explicação do diferencial entre cooperativas de crédito e bancos, mas muitas distorções, conforme será tratado na Tabela 6. Há informação sobre o <u>1º princípio</u> , de "Adesão voluntária e livre" no box de diferenças entre as instituições no que diz respeito à abertura de contas: "(...) o banco não é obrigado a aceitar um cliente."
7/jul	<i>Dia do cooperativismo - SC é referência no setor</i>	O diretor da cooperativa fala da necessidade de qualificação profissional dos jovens cooperados, que remete ao <u>5º princípio</u> .

Os fatores de emancipação social foram observados por serem o diferencial entre as cooperativas e as demais instituições do mercado tradicional. Além dos princípios observados a declaração da cooperativa de crédito Via Credi é também observada como um Fator diferencial a medida que politiza uma questão de ordem econômica, da segurança nos caixas eletrônicos, em sua atuação de reivindicar ações junto ao poder público.

A presença de cinco pontos entendidos como fatores de emancipação social, três relacionados ao 5º princípio cooperativo e uma ao 1º, permite localizar uma frequência de características referentes à Economia Social na cobertura do cooperativismo. Das 11 notícias que tratam do cooperativismo, há 5 (45,4%) abordagens de alguma característica referente à Economia Social. Entretanto, deve-se ponderar neste percentual a informação de que 11 notícias correspondem a apenas 1,8% do total. Além disso, tais fatores ocupam um espaço secundário nos textos dessas matérias, que priorizam e enfatizam os dados de crescimento financeiro e faturamento das cooperativas. A matéria "*Crédito em SC - Cooperativas vão competir com os bancos*", por exemplo, traz gráficos da evolução dos depósitos totais, patrimônio líquido, sobras, associados e distribuição da carteira de crédito, mas nenhuma informação de balanço social, a não ser o número de associados mas em uma abordagem que não os diferencia, por exemplo, de clientes ou acionistas de uma empresa de capital aberto. Em todos os casos observados no DC o diferencial do cooperativismo ficou restrito à declaração da fonte. Não há mostras de questionamento do jornalista

sobre as características sociais na economia praticada pelas cooperativas.

Tabela 6. Distorções ao cooperativismo - DC

Data	Matéria	Distorções
6/fev	<i>Explosão de caixas eletrônicos - O prejuízo nas cidades atacadas</i>	<p>À exceção da Via Credi, citada na Tabela 5, as respostas das demais cooperativas sobre medidas de segurança são próximas às dos bancos - "investindo em segurança", "não quer responder" ou "a responsabilidade é da segurança pública".</p> <p>Além de desconsiderar o compromisso com "Educação, Formação e Informação", 5º Princípio, as declarações ferem o 6º e o 7º, da "Intercooperação" e do "Interesse pela comunidade", ao julgar que a responsabilidade do problema é exclusiva da segurança pública.</p>
24/mar	<i>Crédito em SC - Cooperativas vão competir com os bancos</i>	<p>A matéria foca na diferença entre as cooperativas de crédito e os bancos. Porém, apresenta apenas uma das características essenciais características de uma cooperativa, [princípio da livre adesão]. No mais, distorce algumas questões e apresenta uma série de informações incorretas:</p> <p>Características essenciais do cooperativismo não abordadas: (1) Gestão democrática (em nenhum momento há citação das Assembleias, eleições e decisões democráticas); (2) meios para manutenção da autonomia e independência; (3) compromisso com a Educação, formação e informação dos associados; (4) Intercooperação, com outras instituições; (5) Retorno social e compromisso com o desenvolvimento sustentável.</p> <p>Informações incorretas/distorcidas: (1) Não são as cooperativas financeiras que "planejam inaugurar 28 pontos de</p>

		<p>atendimento", mas o Sicoob, um dos sistemas que atua em SC. O estado possui outros sistemas de cooperativas de crédito e cooperativas independentes; (2) a descrição "um grupo de pessoas com interesse comum" remete a todas as cooperativas e não se trata de um diferencial entre uma cooperativa segmentada e uma de livre admissão como indica a matéria; (3) As "sobras" não são apenas um "jargão do segmento", mas o nome estipulado por Lei para o resultado positivo de uma cooperativa; (4) A distribuição das sobras não é feita necessariamente de acordo com a movimentação dos associados; (5) Utilização do termo Lucro em um Gráfico, apesar das tentativas da reportagem de dizer que a cooperativa não tem lucro. Acaba não esclarecendo - o que diferencia de fato as sobras do lucro é a decisão democrática sobre o fim delas. Caso contrário a cooperativa poderia ser comparada a uma sociedade de acionistas. Distorção do 3º princípio, "Participação econômica dos membros"; (6) Termo Banco citado indiretamente em CDB. Não existe CDB (Certificado de Depósito Bancário) nas cooperativas. O produto similar oferecido pelas cooperativas é o RDC (Recibo de Depósito Cooperativo). Por fim, o próprio presidente da cooperativa aponta como principal diferencial e chamariz os juros mais baixos por conta da baixa inadimplência, um critério de competitividade essencialmente da lógica capitalista.</p>
7/jul	<i>Dia do cooperativismo - SC é referência no setor</i>	<p>Na matéria que trata do Dia do Cooperativismo, a "referência no setor" de SC é contada apenas com base no faturamento e crescimento financeiro, desconsiderando seu desempenho enquanto modo da Economia Social.</p>

Nas duas notícias que tratam do cooperativismo enquanto movimento diferenciado do mercado capitalista tradicional localizam-se apenas informações sobre os resultados financeiros. Não há abordagem sobre os resultados sociais, pontos que diferenciam o cooperativismo e o incluem na chamada Economia Social. Consta-se aí um direcionamento da lógica produtivista que conduz à monocultura dos critérios de produtividade capitalista. Tais distorções advêm dos próprios dirigentes das cooperativas, uma vez que estão embutidas em suas falas. Entretanto vale lembrar que cabe ao jornalista o papel de questionar e conferir aquilo que lhe é dito, e não se tornar refém daquilo que a fonte diz.

4.3.2 Análise qualitativa da abordagem sobre o cooperativismo no DI

Dentre as 67 notícias em que aparece o termo cooperativa, cooperativismo ou o nome de alguma cooperativa no *Diário do Iguazu*, em quatro há apenas uma breve menção, mas as cooperativas não fazem parte do assunto principal da matéria. O critério de seleção é o mesmo utilizado no DC, explicado anteriormente. Há portanto 63 notícias que abordam de fato o cooperativismo, 12,5% do total. Conforme Tabela 7, das 63, apenas uma reportagem tratou de uma cooperativa e não a utilizou como fonte.

Tabela 7. Participação das cooperativas no assunto em pauta - DI

Data	Matéria	Participação das cooperativas no assunto em pauta
31/dez, 1 e 2/jan	<i>Suinocultura</i> - <i>Exportação garantida à China</i> Correlata: <i>Exportação - Estado bem no ranking</i>	Trata da exportação da Coopercentral Aurora para a China. A matéria menciona os dados e a participação do cooperativismo, cita a cooperativa mas não a utiliza como fonte e nenhum de seus cooperados. As fontes são a Associação Catarinense de Criadores de Suínos (ACCS) e a Federação das Indústrias do Estado de SC (Fiesc).

Os Fatores de Emancipação Social foram observados em 35 das 63 notícias (55,5%). Nessas notícias foram identificadas 83 informações que remetem a esses fatores, descritas na Tabela 8.

Tabela 8. Fatores de emancipação social - DI

Data	Matéria	Fatores de emancipação social
31/dez, e 1 e 2/jan	<i>Suinocultur a - Exportação garantida à China</i> Correlata: <i>Exportação - Estado bem no ranking</i>	<p>Na correlata, a afirmação do presidente da Fiesc: "As cooperativas viabilizam a <u>sustentabilidade</u> da pequena propriedade." e no trabalho de apuração de dados do jornalista "[a afirmação] ganha mais força com o seguinte número: 87% dos agricultores são familiares no estado. Somente nos primeiros quatro meses do ano, a participação foi de 5,2% o que representou 87,4 milhões.", o texto demonstra proximidade com o <u>7º Princípio "Interesse pela comunidade"</u>, abordando o desenvolvimento sustentável na cobertura da produção da agricultura familiar, um programa que por sua vez faz alusão ao <u>6º Princípio de "Intercooperação"</u>, entre governo e famílias de agricultores. Vale ressaltar que o foco da matéria principal são os "altos e baixos" que os produtores tiveram ao longo do ano e não apenas o montante dos dados da agroindústria.</p> <p>Na correlata estão os dados da balança comercial catarinense e a participação das cooperativas, além das agroindústrias. A matéria assim não segue a lógica do cânone hegemônico das cifras, mas do pequeno produtor. A ênfase maior não está na divulgação da agroindústria exportadora Aurora ou em seus dados de balanço, mas nos 87% de agricultores do estado que são familiares e representam 5,2% das exportações catarinenses. [dados retirados da reportagem]</p>

31/dez e 1 e 2/jan	<i>Região também é destaque em feiras</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informação"</u> na citação sobre tecnologias para o pequeno e médio produtor no Itaipu Rural Show, evento da Cooper Itaipu.
3/jan	<i>Residências reformadas - Prefeitura desina R\$ 9 mil</i>	Parceria entre cooperativa de habitação, Sindicato dos Trabalhadores da Agricultura Familiar e Prefeitura para reformas de residências - <u>6º Princípio "Intercooperação"</u> , por meio do trabalho em conjunto.
3/jan	<i>Biodiesel - Cooperativa habilitada para programa</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informação"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> , através da divulgação de informações aos agricultores familiares para participarem do Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel, de desenvolvimento sustentável.
5/jan	<i>Aniversário - Frigorífico comemora 15 anos</i>	<u>7º Princípio "Interesse pela Comunidade"</u> - o evento promove atividades de integração artística entre os associados de uma das unidades da Aurora
9/jan	<i>Crescimento - Mulheres fortalecem cooperativas</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informação"</u> - sobre a importância das mulheres investirem em educação para sua inclusão na ocupação de cargos e maior participação nas cooperativas
17/jan	<i>Sicoob Maxicredit - Movimento financeiro de R\$ 5 bilhões</i>	A notícia sobre a Assembleia Geral Ordinária anual da cooperativa aborda no texto temas que remetem a três princípios: <u>2º "Gestão democrática"</u> ; <u>3º "Participação econômica dos membros"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> . Como explicado no capítulo 3, a Assembleia é o evento máximo de participação democrática em uma cooperativa. A notícia trata não apenas dos resultados financeiros mas da quantidade de associados beneficiados, que permite uma noção da distribuição de renda.
18/jan	<i>CDA 2012 - Evento</i>	<u>5º e 7º Princípios</u> - Promoção de palestras e integração com a comunidade no Campo

	<i>será em fevereiro</i>	Demonstrativo Alfa.
19/jan	<i>Sicoob Maxicredito - Agência tem aumento de 95% em operações</i>	Notícia sobre reunião com associados, pré-Assembleia Ordinária, em uma das comunidades de atuação da cooperativa. Há indicativos de: " <u>Gestão democrática</u> ", 2º princípio; " <u>Participação econômica dos membros</u> ", 3º; " <u>Educação, formação e informação</u> ", 5º; " <u>Intercooperação (entre os diferentes setores da economia)</u> ", 6º e " <u>Interesse pela comunidade</u> ", 7º.
21 e 22/jan	<i>Sicoob Maxicredito - Agências de Chapecó reúnem 450 associados</i>	2º princípio " <u>Gestão democrática</u> "; 3º " <u>Participação econômica dos membros</u> " e 5º " <u>Educação, formação e informação</u> "
23/jan	<i>Itaipu rural show - Evolução do agronegócio</i>	5º Princípio " <u>Educação, formação e informações</u> " e 7º " <u>Interesse pela comunidade</u> " - o evento promove palestras, oficinas e técnicas voltadas ao pequeno produtor.
25/jan	<i>Itaipu rural show - Feira abre as portas hoje</i>	5º Princípio " <u>Educação, formação e informações</u> " e 7º " <u>Interesse pela comunidade</u> ". Mesma observação do item anterior.
25/jan	<i>Cooperitai pu - Assembleia reúne associados</i>	2º princípio " <u>Gestão democrática</u> "; 3º " <u>Participação econômica dos membros</u> " e 5º " <u>Educação, formação e informação</u> "
26/jan	<i>Itaipu rural show - Uma feira de tecnologia</i>	5º Princípio " <u>Educação, formação e informações</u> "; 6º " <u>Intercooperação</u> " (da cooperativa com o governo federal através do "Programa Terra Boa") e 7º " <u>Interesse pela comunidade</u> ".
27/jan	<i>Cultivo - Sistema de</i>	5º Princípio " <u>Educação, formação e informações</u> ", realizado com apoio dos

	<i>estufa ajuda o produtor</i>	técnicos da cooperativa.
27/jan	<i>Suinocultura em debate</i>	Itaipu Rural Show. <u>5º Princípio "Educação, formação e informações"</u> - o evento promove palestras, oficinas e técnicas voltadas ao pequeno produtor.
28 e 29/jan	<i>Itaipu Rural show - Palestras orientam produtores</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informações"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> .
28 e 29/jan	<i>Feira - Cooperativa Al se prepara para sediar Fecoop</i>	<u>7º "Interesse pela comunidade"</u> . - evento promove integração entre os membros
28 e 29/jan	<i>Entrevista - Personalidade - Faria tudo novamente na minha vida</i>	Aborda os princípios: <u>2º "Gestão democrática"</u> ; <u>3º "Participação econômica dos membros"</u> (apesar do presidente nomear as sobras de forma incorreta, utilizando o termo "lucro", faz referência a decisão democrática sobre os resultados); <u>5º "Educação, formação e informação"</u> ; <u>6º "Intercooperação"</u> - através da menção do intercâmbio com cooperativas de outros países; <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> , a entrevista menciona a distribuição de renda.
30/jan	<i>Itaipu Rural show - Sucessão familiar é tema de palestra</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informações"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u>
31/jan	<i>CDA - Evento inicia dia 6</i>	<u>5º Princípio "Educação, formação e informações"</u> ; <u>6º "Intercooperação"</u> ;

		<u>7º "Interesse pela comunidade".</u>
1/fev	<i>Investimentos - Aurora reabrirá em Joaçaba</i>	<u>2º "Gestão Democrática";</u> <u>3º "Participação Econômica dos Membros";</u> <u>6º "Intercooperação";</u> <u>7º "Interesse pela comunidade".</u>
1/fev	<i>Aurora - Cooperativa a fatura R\$ 3,8 bi</i>	<u>6º "Intercooperação" e</u> <u>7º "Interesse pela comunidade".</u>
3/fev	<i>Ampliação-Maxicredit o incorpora Credtec</i>	<u>2º Gestão Democrática e</u> <u>6º "Intercooperação.</u>
6/fev	<i>CDA - Abertura é hoje</i>	<u>5º "Educação, Formação e Informação";</u> <u>6º Intercooperação e</u> <u>7º "Interesse pela comunidade":</u> Apresenta dados de balanço social: "A Cooperalfa, de 14,4 mil famílias associadas - 74,5% das quais integrantes da agricultura familiar, seus 2.222 funcionários, R\$ 1,3 bilhão de faturamento em 2011 e quase R\$ 75 milhões gerados em impostos, decidiu utilizar em 2012 um mote para o CDA que alerte o conjunto da sociedade para o relevante papel do setor agropecuário no desenvolvimento sustentável. " Tema do evento: " Cultivo a vida! Você percebe?? ". Foca na participação econômica da pessoa enquanto sujeito, indo além do aspecto de portadora de direitos e deveres. Citação presidente da cooperativa sobre desenvolvimento sustentável: "O agricultor preserva a vida toda vez que cuida do solo através de sistemas de plantio direto, cultivo mínimo e uso racional de fertilizantes, a exemplo da agricultura de precisão, ou quando constrói cisternas para coletar a água da chuva, ou ainda toda vez que preserva fontes e nascentes."

7/fev	<i>CDA 2012 - Tecnologia e crescimento no campo</i>	<u>5º Educação, Formação e Informação</u> "; <u>6º Intercooperação</u> " e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> : Ênfase na sustentabilidade , com especial menção ao programa de Energia renovável realizado nas propriedades.
8/fev	<i>CDA - Os remédios caseiros</i>	<u>5º Educação, Formação e Informação</u> "; <u>6º Intercooperação</u> " e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> : Destaque para o Projeto Plantas bio , da Cooperalfa, sobre cultivo caseiro de plantas medicinais.
9/fev	<i>Biodiesel - Cooperalfa adere ao programa</i>	<u>6º "Intercooperação"</u> - cooperativa com o governo através do programa; <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> - adesão de 7 mil famílias da agricultura familiar a um programa sustentável do governo - distribuição de renda e desenvolvimento sustentável . Incentivo da cooperativa: quem adere ao programa recebe maior assistência técnica da cooperativa e bônus.
9/fev	<i>Grãos - Vários híbridos apresentados</i>	<u>5º "Educação, Formação e Informação"</u> - no evento Campo Demonstrativo Alfa são realizadas cerca de 300 mini-palestras por dia; <u>6º "Intercooperação"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> .
10/fev	<i>Avaliação - CDA: 6 mil visitantes</i>	<u>5º "Educação, Formação e Informação"</u> ; <u>6º "Intercooperação"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> .
11 e 12/fev	<i>Entrevista - "A cidade precisa manter o homem no campo"</i>	<u>2º "Gestão Democrática"</u> - O presidente da cooperativa explica como se dá o processo de escolha do presidente na Cooperalfa . Trecho da entrevista em anexo 3; <u>5º "Educação, Formação e Informação"</u> ; <u>6º "Intercooperação"</u> e <u>7º "Interesse pela comunidade"</u> .
22/fev	<i>Produção de ração - Cooper Al tem acréscimo de 50%</i>	<u>2º "Gestão democrática"</u> . Menciona os relatórios de gestão e prestação de contas na Assembleia Geral Ordinária.

2/mar	<i>Grãos - Investimentos x Produtividade</i>	<u>Evento Tecnoeste - 5° "Educação, Formação e Informação";</u> <u>6° "Intercooperação" e</u> <u>7° "Interesse pela comunidade".</u>
3 e 4/mar	<i>Tecnoeste - Potencial agrícola garante sucesso</i>	<u>5° "Educação, Formação e Informação";</u> <u>6° "Intercooperação" e</u> <u>7° "Interesse pela comunidade".</u>
13/jul	<i>Entrevista - "O sócio é a cooperativa"</i>	3° " <u>Participação econômica dos membros</u> " - Sobre a estratégia da cooperativa de inaugurar novas lojas, o presidente da Cooperalfa responde: "Essa solicitação é dos próprios cooperados. (...) Se as instalações do Superalfa e das agropecuárias não satisfazem mais o quadro social e clientes, temos sim de investir."

Igualmente no *Diário do Iguçu* foi observado um indicativo de Fator de Emancipação Social relativo ao cooperativismo que não se enquadra em nenhum dos princípios cooperativistas. Em *CDA - Abertura é hoje*, de 16/fev, o tema do evento "Cultivo a vida! Você percebe??" e a abordagem sobre ele na citação do entrevistado, o presidente da cooperativa, focam na participação econômica do indivíduo enquanto sujeito social, também responsável pelo desenvolvimento sustentável, indo além do conceito de cidadania que considera a pessoa enquanto portador de direitos e deveres.

A maior frequência do 5° e 7° princípios do cooperativismo deve-se em parte ao considerável número de notícias sobre os *Dias de Campo* promovidos pelas cooperativas de produção agropecuária. Das 67 notícias, 17 são dos eventos Campo Demonstrativo Alfa (CDA), Itaipu Rural Show e Tecnoeste. Os eventos reuniram 6 mil, 45 mil e 15 mil visitantes, respectivamente, e focam no desenvolvimento da atividade agropecuária com exposições, palestras, oficinas, cursos de capacitação e assistência técnica voltados ao pequeno produtor. Além dessas notícias destacam-se também matérias que mencionam reuniões de cooperativas e Assembleias, com ênfase para a participação democrática, os serviços de assistência técnica oferecidos pelas cooperativas nas propriedades rurais e as práticas de Intercooperação com o Governo por meio de incentivo e promoção a programas de

desenvolvimento sustentável social, que visam a distribuição de renda, como o da Agricultura Familiar, e ecológicos como o Biodiesel, Energia Renovável e Plantas bio.

Nas 63 notícias que tratam do cooperativismo há 83 referências a características da Economia Social, o que indica que há abordagem sobre o diferencial do cooperativismo nas matérias sobre o cooperativismo publicadas pelo *Diário do Iguçu*. Vale lembrar, entretanto, que 63 notícias representam 12,5% do total contabilizado na editoria de economia.

As distorções identificadas no DI foram dois casos em que o termo "Lucro" foi mencionado em referência ao cooperativismo, conforme Tabela 9.

Tabela 9 - Distorções ao cooperativismo no DI

Data	Matéria	Distorções
28 e 29/jan	<i>Entrevista - Personalidade - Faria tudo novamente na minha vida</i>	O termo "lucro" aparece três vezes na matéria para expressar o rendimento financeiro da cooperativa. O conceito é inverso à participação econômica (democrática) dos membros, 3º Princípio.
18 e 19/fev	<i>Lucro - Sicoob fechou 2011 com R\$ 15 mi</i>	Termo lucro na cartola em destaque e no texto com a referência "Lucro (Sobras)"

Embora em menor proporção que no *Diário Catarinense*, no *Diário do Iguçu* também muitas matérias sobre o cooperativismo priorizam e enfatizam os dados de crescimento financeiro e faturamento das cooperativas seguindo a lógica produtivista, secundarizando o desenvolvimento social sustentável. O aparecimento da expressão "lucro" cinco vezes, em duas notícias (raras vezes, mas muitas se considerada a baixa frequência do assunto no noticiário), indica que ainda há uma certa confusão acerca de princípios básicos do cooperativismo. Em contrapartida, como localizou-se também neste jornal quantidade considerável de indicativos que remetem aos princípios cooperativistas (aqui entendidos àquilo que Santos se refere

como *fatores de emancipação social*) nas notícias sobre o cooperativismo e tais diferenciais não aparecem somente nas declarações de dirigentes de cooperativas, considera-se que o teor das matérias que tratam do cooperativismo no DI seja um pouco mais equilibrado.

Uma observação pertinente que se pretendeu atentar foi para a localização de um possível posicionamento crítico dos jornalistas com relação às cooperativas. Foi possível localizar marcas de posicionamento crítico do repórter em relação à cobertura do tema em apenas uma matéria. Na reportagem *Suinocultura - Os culpados que se manifestem*, de 30 de julho, sobre fala do presidente da Coopercentral Aurora de que a quantidade produzida teria sido a mesma, o repórter contrapõe dados da Embrapa sobre a produção de SC e contra-argumentos do presidente da Associação Catarinense de Criadores de Suínos (ACCS) de que as filiadas da cooperativa teriam aumentado a produção. A reportagem não chega a conclusões sobre a denúncia feita no título, mas chama atenção por ser o único exemplo localizado no *corpus* desta pesquisa de uma notícia que questiona, de forma crítica, alguma informação obtida de cooperativa.

Outra notícia que chamou atenção a respeito do comportamento diferenciado do repórter diante de uma pauta que se relacionava ao cooperativismo no *Diário do Iguçu* está em *Suinocultura - Exportação garantida à China*, que tem como correlata *Exportação - Estado bem no ranking*. A reportagem tem um enfoque diferente do que pôde ser comumente observado nas outras reportagens sobre o tema - o pequeno produtor no lugar das cifras da agroindústria exportadora. Não que esta segunda questão não esteja carregada de valores-notícia (ressalva-se que estas informações também constam na matéria), mas o enfoque dado indica um olhar diferenciado do jornalista, mais humanitário, que vai além dos valores-notícia comumente presentes no jornalismo econômico, adotando um critério de noticiabilidade voltado ao indivíduo e não prioritariamente ao capital e interesses privados. Neste caso específico, através da abordagem diferenciada, ao focar na participação da agricultura familiar e no pequeno produtor ao invés de seguir a lógica das grandes cifras agrupadas pela agroindústria exportadora, acredita-se que o Jornalismo demonstra, no seu discurso, que também ele se interessa pelo desenvolvimento sustentável. A reportagem está incluída no anexo 4.

4.4 Considerações preliminares da Análise Comparada no DC e DI

Em um panorama geral, a presença das notícias sobre cooperativismo no *corpus* dos veículos selecionados demonstrou-se muito baixa se comparada ao percentual de pessoas diretamente ligadas ao cooperativismo, que teriam interesse direto sobre este assunto - 1,8% das notícias de economia no *Diário Catarinense*, para 22,9% da população estadual que é associada a alguma cooperativa (1,46 milhão de sócios), e 12,5% das notícias de economia no *Diário do Iguazu*, para 41,7% da população cooperada na região do DI (144 mil associados). Soma-se a esta consideração o fato de que a escolha do período foi direcionada para os meses de maior probabilidade de fatos geradores de notícia pelas cooperativas - no início do ano, o período de fechamento de balanço e de assembleias, e julho, o mês em que se celebra o Dia Internacional do Cooperativismo. Com relação ao destaque, das 97 notícias de Economia que tiveram chamada de capa no DC, 15,5% do total produzido pela editoria, apenas quatro mencionaram o cooperativismo. No DI, das 89 que tiveram chamada de capa, 17,7% do total de notícias da editoria, havia menção ao cooperativismo em 22.

Outro ponto aqui considerado que indica relevância da pauta para o veículo é o da assinatura do repórter, quando a equipe destaca um repórter para a cobertura de uma pauta e este assina a notícia, valorizado-a e conferindo maior credibilidade à mesma. Nos dois veículos, entretanto, o número de notícias assinadas na editoria de economia é minoria. No DC, 36% das notícias foram assinadas enquanto no DI apenas 1% das matérias receberam assinatura de repórter.

Sobre os temas abordados pelas editorias de economia, a pesquisa quantitativa aplicada ao recorte geral do DC e DI somada à observação dos gráficos e das constatações da tese de Puliti sobre os jornais *Folha de São Paulo*, *Estadão* e *O Globo*, levaram a considerar que quanto mais local o veículo, mais as editorias de economia dos jornais tendem a aproximar-se de temas de interesse da comunidade que dizem respeito diretamente à participação econômica individual, como Agropecuária, Trabalho, Consumo e Comércio/Negócios, e temas de interesse social como Infraestrutura, Educação, Habitacional e Saúde, ainda que esses últimos com pouca frequência em relação aos demais temas (Gráficos 2 e 3). Retomando a questão da presença do cooperativismo no noticiário, quando se considera os ramos da Economia onde há atuação do cooperativismo (Gráficos 4 e 5 e Tabela

3), em princípio o comparativo quantitativo da cobertura jornalística por tema também se demonstra aquém do interesse social, mas para o rigor de tal afirmação seriam necessários dados da participação específica de cada ramo no total da economia, por exemplo, o número total de empresas do mercado tradicional de determinado ramo e de seus sócios ou clientes para comparar com o número de cooperativas e associados. Consideradas essas limitações do estudo, até determinado ponto observa-se que o espaço da cobertura jornalística acompanha os ramos onde há mais cooperativas, Agropecuária e Crédito, embora ainda assim o número esteja abaixo do desejado pelo espaço que as cooperativas ocupam na sociedade. Já os temas Infraestrutura, Trabalho, Saúde e Consumo, no DC, e Transportes, no DI, estão entre os que abrigam o maior número de cooperativas (Tabela 3) sem nenhuma notícia referente (Gráficos 4 e 5).

Com relação às fontes, a maior ocupação de espaço no noticiário de economia tanto no DC quanto no DI é dividida entre as Empresas Privadas, as Instituições Governamentais e as Instituições Representativas, embora com predominâncias diferentes (Gráficos 8 e 9). O espaço das Instituições Governamentais é equiparado em ambos os noticiários (29% no DC e 28% no DI), entretanto, enquanto o maior espaço no DC é dado às Empresas Privadas com fins lucrativos (31%), ficando as Instituições Representativas com 17%, no DI esse quadro se inverte - em primeiro lugar aparecem as Instituições Representativas com 30%, e em terceiro as Empresas Privadas com 12%, vindo logo em seguida o cooperativismo com 9%.

Outra observação a ser feita sobre as fontes mencionadas é que, no quadro geral do DI, a soma das cooperativas com o Terceiro setor (13%) ultrapassa o espaço das Empresas Privadas (12%). No DC, o espaço das cooperativas somado ao Terceiro setor é de apenas 1%. O predomínio das empresas privadas no DC e a melhor distribuição do espaço entre as instituições econômicas produtivas no DI é bastante realçado na comparação dos Gráficos 10 e 11, das instituições produtivas mencionadas por natureza jurídica.

Sobre o tratamento dado ao tema, a análise qualitativa realizada nas notícias que abordam o cooperativismo mostrou que o *Diário do Iguçu* possui uma abordagem mais coerente através da localização de alguns indicativos no jornalismo econômico praticado pelo veículo - apenas uma matéria das 63 que mencionaram alguma cooperativa, relacionando-a ao assunto principal da pauta, não a utilizou como fonte, enquanto no *Diário Catarinense* isso ocorreu em três de 11,

e a maior quantidade de citações, mesmo neste universo, era de empresas privadas (Gráfico 17) . Deste modo, é possível afirmar que o *DI* dá mais voz às cooperativas nas pautas que tratam deste tema (Gráfico 18, Tabelas 3 e 4), enquanto o DC pratica mais aquilo que aqui se entendeu por um "silenciamento das fontes" do cooperativismo (Gráficos 17 e 18).

Também foi possível localizar nas notícias do *Diário do Iguazu* maior frequência de Fatores de Emancipação Social, informações que denotam um objetivo social nas cooperativas e tornam possível pensar numa prática mais socializada de mercado. Considerou-se aqui que tais Fatores ficam explícitos nas práticas dos princípios cooperativistas e estiveram presentes em duas outras formas de atuação que demonstraram politização de questões de ordem econômica e foco no sujeito além do conceito de cidadania delimitado por direitos e deveres como defende Santos, conforme explicitado no Capítulo 3. Estes últimos tratam-se dos exemplos da Viacred na matéria sobre segurança nos caixas eletrônicos, no DC, e da divulgação do tema do evento Campo Demonstrativo Alfa, "Cultivo à vida! Você percebe??", no DI, explicitados na análise específica de cada veículo.

A não identificação da presença desses Fatores leva a duas possíveis conclusões: (1) o Jornalismo falha ao tratar as cooperativas como qualquer outra empresa de mercado ou (2) faltam fatores de emancipação social nas cooperativas catarinenses. Como no jornal *Diário do Iguazu* foi possível localizar grande concentração da presença desses Fatores, a conclusão é de que a cobertura feita pelo *Diário Catarinense* é precária neste sentido (Tabelas 5 e 8). Entretanto o ideal para buscar essas respostas seriam novos estudos que identificassem tais Fatores na prática das atividades econômico-sociais das cooperativas no estado.

Defende-se que para tratar o cooperativismo de maneira efetiva não é preciso necessariamente citar um Fator de Emancipação Social, um diferencial das cooperativas, mas considerar as diferenças entre as instituições caso o assunto abordado esteja relacionado a tais diferenças. Quando se trata, por exemplo, do assunto "resultado", e não se abordam as diferenças desse tema entre uma cooperativa e uma empresa capitalista do mercado hegemônico, ocorre uma série de distorções quanto aos princípios cooperativistas. Recorda-se aqui, como já explicitado no capítulo 3, que em suas diretrizes as cooperativas adotam a participação democrática sobre o resultado com base nas pessoas e não no capital (3º princípio) e que o objetivo principal está no

crescimento equitativo do quadro de associados ao invés de obter benefícios próprios em detrimento de outras pessoas jurídicas a partir de relações competitivas de mercado (lucro). O crescimento da cooperativa visa o benefício da comunidade, uma vez que é aberta a livre participação de qualquer pessoa (1º princípio). Tal ação permite que se fale em desenvolvimento social sustentável (7º princípio), pois como abrange toda a comunidade, demonstra preocupação em não gerar pobreza ou desigualdade social. É assim que na utilização do termo "lucro" para tratar dos resultados positivos do cooperativismo localiza-se uma incoerência que aponta para um forte indicativo da imposição da ideologia do capitalismo em sua forma hegemônica de pensar a Economia sobre o tratamento dos modos alternativos de produção da Economia Social.

Entende-se assim que distorções de informações sobre conceitos básicos nas publicações sobre o cooperativismo são problemas jornalísticos de ordem ética, que afetam tanto o tema abordado quanto o bom Jornalismo, comprometido com o fornecimento de informações corretas. Para esta pesquisa interessa observar a responsabilidade de quem escreve. Mesmo que a fonte tenha transmitido uma informação distorcida ou destoante, continua sendo tarefa do jornalista questioná-la, o que requer formação, informação e preparo, bem como checagem, exposição de controvérsias e pesquisa. É também isto que permite ao jornalista posicionar-se de maneira crítica diante do assunto em pauta, o que, por esta análise, se mostrou uma raridade, visto que foi encontrado apenas um exemplo que demonstrou algum posicionamento crítico sobre o assunto. Tais ações e posicionamentos são aspectos importantíssimos que ainda conferem credibilidade aos jornais, um precioso valor que sustenta a atividade e justifica a profissão, em especial na chamada Era da Informação.

CAPÍTULO 5 - ANÁLISE DE FATOS NOTICIÁVEIS NÃO PUBLICADOS

No mesmo período da análise feita no *Diário Catarinense* e *Diário do Iguçu*, nos boletins eletrônicos publicados no site da Ocesc somaram-se 423 notícias, dentre as produzidas pela Organização, pelas assessorias de imprensa das cooperativas e por instituições parceiras. Para exemplificar o levantamento de fatos de interesse jornalístico sobre o cooperativismo **não publicados** nos jornais selecionados por esta pesquisa foi realizado um trabalho de identificação de valores-notícia nos *releases* enviados pela assessoria de imprensa da Ocesc, considerando o mesmo período da análise anterior, e na repercussão midiática do caso da cooperativa de crédito Credialves, localizada em Luiz Alves, na região do Vale do Itajaí, até o momento a única incorporação no país de uma cooperativa sob intervenção do Banco Central. O caso servirá especialmente como matéria-prima de notícias críticas ao cooperativismo, uma vez que o restante do *corpus* é composto apenas por *releases* de assessoria de imprensa.

A identificação de valores-notícia demonstra não apenas a existência dos fatos citados, mas a possibilidade de sua existência enquanto notícia para o Jornalismo. Trabalha-se aqui com a delimitação do conceito feita por Gislene Silva de que valores-notícia são os critérios de noticiabilidade presentes "*na origem dos fatos (...) atributos próprios ou características típicas, que são reconhecidos por diferentes profissionais e veículos da imprensa*". (2014, 52) É difícil mensurar o peso dos valores-notícia em um fato para poder comparar uma matéria publicada a outra não publicada. Mesmo que isso fosse possível, sabe-se que os critérios de noticiabilidade vão além dos valores-notícia e podem ou não ser explicitados, o que comprometeria o rigor da investigação empírica. Entretanto acredita-se que a simples identificação desses possa sugerir contra-argumentos em relação à baixa frequência das Economias Sociais nas editorias de economia, abordada na Análise de Conteúdo dos jornais, na primeira parte deste capítulo.

Para análise dos valores-notícia nos *releases* da Ocesc e para identificação de possíveis pautas de interesse do *Diário Catarinense* sobre o caso da Credialves utilizou-se a Tabela de classificação desenvolvida por Silva para operacionalizar análises de acontecimentos

noticiados ou noticiáveis³⁶, juntamente com a lista de "*macro-valores-notícia*" definida pela pesquisadora como pré-requisitos de seleção que antecedem os "*micro-valores-notícia*": "autalidade (novidade), importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão". (SILVA, 2014: 63) A tabela dos micro-valores-notícia selecionados os agrupa em 12 conjuntos: Impacto, Proeminência, Conflito, Tragédia/Drama, Proximidade, Raridade, Surpresa, Governo, Polêmica, Justiça, Entretenimento/Curiosidade e Conhecimento/Cultura.

5.1 Análise dos *releases* da Ocesc

O levantamento dos *releases* enviados pela empresa MB Comunicações, que presta o serviço de assessoria de imprensa à Ocesc, foi feito através de uma leitura sistematizada com base na identificação de valores-notícia em fatos não publicados, a fim de levantar possíveis presenças de tais fatos como notícia na ótica jornalística para os veículos que aqui estão sendo analisados.

Do total produzido pela Ocesc, cinco *releases* tratavam de fatos sem Proximidade da região do DI e de baixo Impacto em nível estadual (linhas cinzas da Tabela 10). Por não passarem pelo crivo dos *macro-valores-notícia* considerando o público dos jornais analisados, não foram contabilizados nas análises seguintes dos Gráficos 21 e 22.

Tabela 10. Levantamento dos *releases* da Ocesc e identificação de valores-notícia

Data	Pauta	Valores-notícia
19/jan	Cooperativas priorizarão investimentos na conservação da água	Impacto, Governo, Conhecimento/Cultura
20/jan	Ocesc quer Secretaria nacional do cooperativismo vinculada à Presidência	Governo, Impacto, Conhecimento/Cultura
26/jan	Presidente da Ocesc destaca força do cooperativismo (Itaipu Rural Show)	Impacto, Conhecimento/Cultura, Entretenimento/Curiosidade

³⁶ Disponível em SILVA, Gislene, SILVA, Marcos Paulo da, FERNANDES, Mario Luiz, Critérios de Noticiabilidade. editora Insular, 2014, págs. 65 e 66.

27/jan	Redes sociais serão tema do encontro de comunicadores de cooperativas	Conhecimento/cultura
30/jan	Ocesc: mais dinheiro para agricultura alivia efeitos da seca	Impacto e Governo
07/fev	Cooperserra comemora 35 anos	Entretenimento/Curiosidade
09/fev	Ocesc apoia uso do trigo na ração animal	Impacto, Governo, Conhecimento/Cultura
15/fev	Curso aborda gestão financeira para cooperativas	Conhecimento/cultura
16/fev	Curso orienta sobre arquivo digital do Sistema Público de Escrituração Digital	Conhecimento/cultura
20/fev	25º Fecoop: Palmitos sediará Encontro do Cooperativismo Catarinense	Entretenimento/Curiosidade
29/fev	Conselheiros fiscais discutem autogestão	Governo, Conhecimento/cultura
29/fev	20 modalidades em disputa no 25º Fecoop em Palmitos	Entretenimento/Curiosidade
05/mar	Inscrições encerram nesta terça-feira, dia 6	Conhecimento/cultura
06/mar	Curso orienta sobre arquivo digital do Sistema Público de Escrituração	Conhecimento/cultura
07/mar	Autogestão em debate	Governo, Conhecimento/cultura
09/mar	Competições esportivas reúnem cooperativas de SC em Palmitos	Entretenimento/Curiosidade
12/mar	Cooperativas ampliarão presença em redes sociais	Conhecimento/cultura
19/mar	Dobra a capacitação nas cooperativas	Conhecimento/cultura, Impacto
02/jul	Sescoop/SC promove	Impacto,

	Gincana Cooperativa “Por um Mundo Melhor”	Conhecimento/cultura, Entretenimento/Curiosidade, Raridade
04/jul	Sescoop/SC e Ocesc em campanha pelo cooperativismo	Impacto, Conhecimento/cultura
04/jul	Cooperativismo catarinense cresce acima da média”	Impacto, Conhecimento/cultura
06/jul	Santa Catarina é referência no cenário nacional	Impacto, Conhecimento/cultura
07/jul	No dia internacional do cooperativismo Cooperativas festejam aumento de 106% na capacitação profissional	Conhecimento/cultura
11/jul	Curso aborda contabilidade de forma prática e objetiva	Conhecimento/cultura
12/jul	Curso orienta sobre as rotinas trabalhistas	Conhecimento/cultura
18/jul	Curso aborda impostos e contribuições	Conhecimento/cultura
19/jul	Palestra aborda o cooperativismo	Conhecimento/cultura, Impacto
23/jul	Encontros discutem futuro do cooperativismo em SC	Impacto, Conhecimento/cultura
25/jul	Ramiro encerra sua missão no Sescoop	Conhecimento/cultura
30/jul	Conclusões de encontros setoriais serão discutidas em Fórum estadual	Impacto, Conhecimento/cultura

Nos 25 *releases* enviados pela Ocesc, entendidos como sugestões de pauta que poderiam interessar ao DC e ao DI, prevaleceram os valores dos grupos "Conhecimento/Cultura", em sua maior parte cursos e atividades de capacitação e apoio técnico desenvolvidas pelas cooperativas; "Impacto", devido ao número de pessoas envolvidas; e "Governo" por decisões e medidas de interesse nacional. No *Diário Catarinense* há indícios de aproveitamento de um deles, referente ao Dia Internacional do Cooperativismo - assunto do

release de 6 de julho e da notícia publicada pelo DC no dia 7. No *Diário do Iguçu* foram publicadas matérias dos quatro assuntos tratados nos *releases* referentes à agropecuária - sobre os investimentos para conservação da água nas propriedades rurais, os financiamentos fornecidos pelo governo por conta da estiagem no oeste e o evento Itaipu Rural Show.

O gráfico 21 demonstra os grupos de valores-notícia mais presentes nos *releases* e o gráfico 22 os temas, seguindo a mesma divisão temática utilizada na análise das notícias publicadas.

Gráfico 21. Frequência de valores-notícia nos *releases* da Ocesc

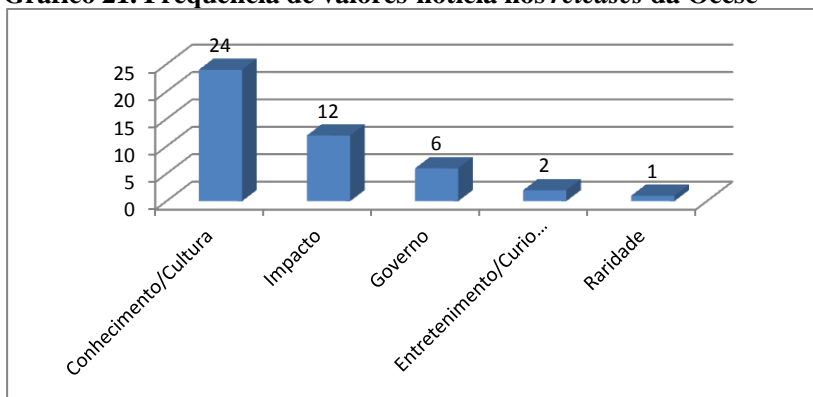
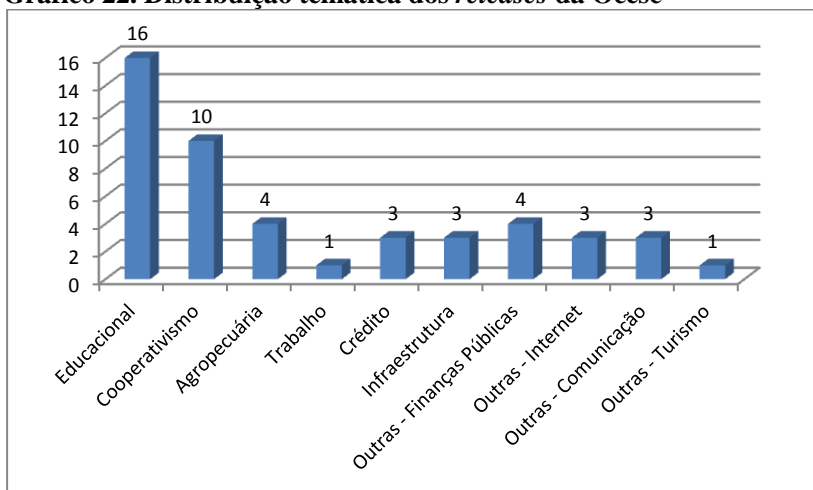


Gráfico 22. Distribuição temática dos *releases* da Ocesc



Para melhor compreensão das temáticas, os assuntos que apareceram nos *releases* podem ainda ser divididos da seguinte forma (em parênteses alguns valores-notícia identificados):

(a) 14 deles tratam de cursos de capacitação oferecidos pelo Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop/Ocesc) para funcionários e dirigentes de cooperativas. (Conhecimento) Em 2012, no estado, 263 cooperativas empregavam 42.634 pessoas (Impacto);

(b) seis *releases* abordaram a participação do cooperativismo como tema de interesse nacional (Governo) - um sobre a criação da Secretaria Nacional do Cooperativismo no Ministério da Agricultura, em janeiro, e os demais sobre planejamento e atividades de divulgação e estímulo a campanhas promocionais ao desenvolvimento do cooperativismo, em prol do Ano Internacional do Cooperativismo (comemoração);

(c) quatro *releases* referem-se à atividade agropecuária desenvolvida nas 53 cooperativas deste ramo junto às 63 mil famílias rurais de SC - um trata do evento *Itaipu Rural Show*, um dos maiores eventos agropecuários do sul do país, que reuniu 45 mil visitantes em Pinhalzinho (Impacto, Conhecimento e Entretenimento), e os outras três dizem respeito a incentivos do governo através do financiamento de programas de combate a estíagem, uma das causas da falta de milho e crise da suinocultura no período. Dentre os incentivos está a instalação de sistemas de coleta e armazenamento de água da chuva nas propriedades rurais com auxílio dos técnicos das cooperativas (Governo e Impacto);

(d) um *release* fala de uma gincana em nível estadual que reuniu 15 cooperativas, 45 escolas participantes do programa Cooperjovem e envolveu 20 mil pessoas entre alunos, professores e comunidade. Esta também uma atividade em prol do Ano do Cooperativismo (Conhecimento/Cultura, Entretenimento, Impacto, comemoração e originalidade).

Cruzando os dados do Gráfico 22 com os Gráficos 2 e 3 nota-se que a maior parte dos *releases* da Ocesc tratam dos temas Educacional (pouco presente na editoria de economia do DC), Cooperativismo enquanto movimento (pouco presente em ambos os veículos), Agropecuária e Finanças Públicas (presentes em ambos os veículos). Logo, o baixo aproveitamento desses *releases* no DC leva a duas observações: (1) há silenciamento do cooperativismo em um tema de significativa atuação e que é recorrente na editoria de economia do

jornal (agropecuária); (2) há silenciamento do cooperativismo por atuar em um tema pouco frequente na editoria de economia, (Educação), outro início de orientação pela *lógica produtivista*. No DI, apesar da Educação ser tema recorrente na editoria, os cursos do SESCOOP, direcionados aos dirigentes e funcionários de cooperativas também não resultaram em pauta. Em ambos os jornais chama atenção a não publicação do fato da criação da Secretaria Nacional do Cooperativismo, vinculada ao Ministério da Fazenda, (mais um órgão governamental, criado por algum objetivo para atender a algum interesse público, com algum orçamento público); e das ações, planejamento e atividades de divulgação e estímulo ao cooperativismo realizados devido ao Ano Internacional do Cooperativismo (*releases* dos grupos (b) e (d)).

5.2 O caso Credialves

O processo de intervenção da cooperativa de crédito Credialves pelo Banco Central, em 6 de dezembro de 2012, e sua posterior incorporação pela cooperativa Blucredi do Sistema Sicoob, em 7 de dezembro de 2013, é citada neste trabalho por ser considerada um campo fértil de pautas jornalísticas, tanto positivas quanto negativas, correspondentes ao cooperativismo. A inclusão deste caso nesta pesquisa é importante porque defende-se aqui a ideia de que não apenas a propaganda positiva das práticas das cooperativas necessitam ser divulgadas, mas também, e aí cabe o papel do Jornalismo por essência, a publicação de críticas que sirvam de forma construtiva, observando a coerência das atividades práticas das cooperativas com os ideais cooperativistas e fiscalizando sua atuação, uma vez que as cooperativas, por se tratarem de entidades sem fins lucrativos, operam com isenção de impostos na maior parte das suas atividades.

Segue-se uma descrição dos fatos ocorridos e uma lista de pautas noticiadas por outros veículos, consideradas noticiáveis pelo *Diário Catarinense*. O objetivo principal foi conceber uma lista de pautas jornalísticas sobre o cooperativismo utilizando o levantamento desses materiais como fonte de busca. As informações sobre o caso foram realizadas através de:

(1) entrevista com o superintendente da regional da Blucredi responsável pelas agências incorporadas da Credialves e pela análise *in loco* em 2013 para o projeto de incorporação, Luiz Carlos Pizzolo da

Silva, agrônomo com experiência profissional em gestão de cooperativismo de crédito;

(2) acesso ao projeto de incorporação apresentado ao Banco Central e apresentações realizadas nas assembleias das cooperativas;

(3) acesso à clipagem da divulgação do caso na mídia realizada pela assessoria de imprensa da Blucredi.

Intervenção. Em 2012 uma auditoria feita pelo Banco Central detectou na Credialves um prejuízo de R\$ 16,5 milhões referente ao balanço de 2011. Pizzolo relata que foi detectada uma "grande quantidade de operações de crédito realizadas sem critério, voltadas especialmente para atender ao grupo que apoiava a antiga presidente da cooperativa que também utilizou destes créditos para uso próprio". O não pagamento dessas operações provocou prejuízo ainda maior nos anos seguintes - R\$ 2,7 milhões em 2012 e R\$ 9,3 milhões em 2013 - totalizando uma dívida de R\$ 28,5 milhões que atingiu os 6.293 associados dos municípios de Luiz Alves, Massaranduba, Corupá, Guaramirim, Joinville, Imbituba, Ilhota, Rio do Oeste e Laurentino.

Quando o primeiro resultado negativo foi apresentado na Assembleia Geral Ordinária de 2012 pela determinação de reconhecimento de provisão³⁷ do Banco Central, os associados tiveram que definir os critérios de rateio do prejuízo. Através da crise de confiança provocada, muitas pessoas passaram a sacar seus recursos, provocando um problema de liquidez da cooperativa pela falta de recursos para garantias dos depósitos dos associados. Tal situação levou ao processo de intervenção do Banco Central, passo que antecede a liquidação de uma cooperativa. Com a intervenção, os depósitos dos associados na cooperativa foram bloqueados - ninguém podia sacar seu dinheiro aplicado ou em conta-corrente. Além disso, tinham que pagar o rateio do prejuízo de 2011. "Muitas pessoas, em sua maior parte pequenos agricultores, quebraram seus negócios pois tinham todas as suas reservas econômicas na cooperativa e, com o dinheiro retido, não havia recursos para pagar fornecedores e funcionários.", conta Pizzolo.

Após a intervenção, o Banco Central instalou uma comissão de inquérito na cooperativa para apurar os responsáveis pela situação.

³⁷ No sistema financeiro reconhecimento de provisão significa reconhecimento da despesa futura, classificação das operações de crédito em função do risco.

Os processos administrativos abertos pelo Banco Central foram encaminhados ao Ministério Público para investigações feitas pela Polícia Federal. O Banco Central determinou que os membros dos conselhos de administração e fiscal da Credialves teriam seus bens pessoais bloqueados desde 2013 para pagar possíveis multas ou ressarcimentos à cooperativa e estariam impossibilitados de assumir qualquer cargo em instituições financeiras por 20 anos. As dívidas que provocaram os prejuízos estão sendo cobradas judicialmente e a Polícia Federal investiga possíveis causas que enquadrem os administradores em crimes contra o sistema financeiro como fraude contábil e tributária e desvio de dinheiro, que preveem pena de reclusão. Até então o caso configura-se como má gestão por utilizar linhas de crédito da cooperativa sem critérios de análise e garantia de pagamento para benefício próprio, e não é caracterizado como desvio de verba pois não há comprovação de intenção.

Incorporação. Por um ano, durante o período de intervenção, o Banco Central buscou uma alternativa para evitar a liquidação que acarretaria na cobrança de todo o prejuízo aos associados. Assim, em 2013 o interventor do BC manteve a cooperativa aberta para receber as dívidas dos interessados em pagar ou renegociar os empréstimos em atraso. Entretanto, além do pagamento dos devedores havia o rateio de 2011 e dos prejuízos que a cooperativa continuava somando.

A solução para o problema gerado veio do próprio cooperativismo. Em fevereiro de 2013 administradores e técnicos da cooperativa de crédito Sicoob Blucredi, de Blumenau, cogitaram a incorporação da Credialves com vistas em três objetivos:

1. O resgate da imagem e credibilidade do cooperativismo de crédito - o caso da Credialves repercutiu negativamente na região e muitos associados de cooperativas, especialmente aplicadores, passaram a desconfiar do sistema de cooperativismo de crédito. Todas as cooperativas de crédito tiveram que provar sua saúde financeira e sua integridade a seus associados;

2. A situação de associados da Credialves - A quebra da Credialves significaria um grave problema econômico para as comunidades onde atuava. Os associados possuíam mais de R\$ 15 milhões em capital e R\$ 24 milhões em depósitos, que seriam perdidos

com a liquidação, significando um baque na atividade econômica destas pessoas e da região;

3. A possibilidade de expansão – A incorporação resultaria no aumento do número de associados, na entrada no meio rural e na possibilidade de ampliar a área de atuação. A área de atuação da Credialves era atrativa, com municípios de forte representação econômica como Joinville, Araquari e Tubarão. A Blucredi também passava por problemas político-administrativos de discordância de interesses com a Central do Sicoob em Santa Catarina que não aprovava a ampliação de sua área de atuação no estado. A atuação da Credialves em dois municípios do Paraná permitiria à Blucredi a expansão e filiação à central do Sicoob nesse estado.

Em contrapartida a Blucredi fornecia garantias de pagamento da dívida e diminuição dos prejuízos dos associados da Credialves. A negociação, segundo Pizzolo, consistiu em três pontos:

1. "Renegociação com o sistema Cresol, uma vez que parte dos créditos problemáticos advinham de recursos do Bndes repassados quando a Credialves era filiada a esse sistema. A Cresol assumiu esses créditos;
2. Acordo com o Banco Central para prolongar o pagamento dos prejuízos de 2012 e 2013. Com a prerrogativa da Lei Complementar 130, os associados poderiam pagar estes dois rateios com sobras de exercícios futuros, ficando definido que por cinco anos após a incorporação, todo o resultado positivo gerado pelas agências da Credialves seria utilizado para pagar R\$ 12,1 milhões da dívida. Caso o resultado positivo não fosse suficiente para quitar a dívida nesse período, o prejuízo seria absorvido pela Blucredi. A condição imposta pela Blucredi aos associados para o não pagamento dos rateios de 2012 e 2013 era que estes deveriam manter-se ativos na cooperativa a fim de gerar receitas;
3. Cobrança do rateio da dívida de 2011 aos associados da Credialves. Em maio de 2015, R\$ 11 milhões dos R\$ 16,5 milhões, já haviam sido cobrados."

Para os associados da Credialves a incorporação pela Blucredi era a única possibilidade de evitar a liquidação. Deste modo, juntamente com os técnicos da Blucredi, o interventor e técnicos do Banco Central elaboraram um projeto de incorporação contemplando os três itens acima citados. O projeto foi apresentado em reuniões realizadas com associados de todas as cidades onde a Credialves possuía agência e submetido ao Banco Central. "Mais de 1.200 associados participaram dessas reuniões. Após o fechamento do projeto houve três assembleias (uma na Blucredi, uma na Credialves e uma conjunta) para obter a aprovação dos associados à incorporação.", explica Pizzolo. Em 6 de dezembro de 2013 a diretoria do Banco Central aprovou o processo. Desde julho de 2013 a Blucredi passou a atuar com o interventor na cobrança de dívidas e rateio.

Recuperação. A evolução dos números das agências que pertenciam à Credialves demonstra recuperação. Após a intervenção, em 2014, 14 associados se desligaram, tendo que pagar o rateio dos prejuízos de 2011, 2012 e 2013. Desta data até maio de 2015 foram cadastrados 667 novos sócios. Os depósitos que na incorporação somavam R\$ 24 milhões caíram para R\$ 18,9 milhões em maio de 2014, mas hoje contabilizam R\$ 33 milhões. A cooperativa estima que as agências que pertenciam à Credialves devem apresentar resultado positivo a partir de agosto de 2015. De acordo com o superintendente responsável pelas agências da Blucredi que pertenciam a Credialves, "houve um atraso nos resultados gerados conforme o previsto no planejamento por conta de um atraso na migração dos associados da Credialves para o Sisbr, sistema operacional tecnológico do Sicoob, através do qual a cooperativa oferece seus produtos e serviços". A incorporação ocorreu em dezembro de 2013, mas a migração do sistema somente ocorreu em maio de 2014, após a filiação da Blucredi à central do Sicoob Paraná, realizada no dia 1º de abril. Até então a central do Sistema em SC impediu a cooperativa filiada de realizar a migração dos dados porque era contrária ao processo de incorporação.

Os aumentos de depósitos e do quadro social são indicativos da redução do impacto da dívida aos associados e da recuperação da credibilidade do sistema cooperativo na região. A Blucredi já cobrou mais de R\$ 11 milhões do rateio de 2011 e até então foram cobradas judicialmente R\$ 20,5 milhões das dívidas que deram origem ao prejuízo que ocasionou a intervenção. Pizzolo explica que "esta última cobrança volta para a cooperativa como resultado positivo.

Procurou-se identificar nas notícias publicadas por outros veículos relevância do tema em nível estadual que dissesse respeito ao público do *Diário Catarinense*. Foram localizadas as seguintes notícias:

Tabela 11. Levantamento de pautas para o DC a partir de notícias publicadas por outros veículos

Data	Pauta	Veículo
6/jun/2013	Crise. Banco Central decide hoje futuro da Credialves	Jornal de Santa Catarina (impresso)
6/set/2013	Credialves é importante para o nosso município	Jornal Luiz Alves (impresso)
9/out/2013	Empresa de crédito de Blumenau deve incorporar cooperativa de Luiz Alves	G1 Santa Catarina (online)
2/out/2013 e 8/out/2013	Assembleias aprovam incorporação da Credialves pela Blucredi	Boletim informativo da Ocesc, portal easycoop e portal do cooperativismo de crédito (online), Jornal de Santa Catarina (impresso)
8/out/2013	Cooperativa de Luiz Alves ganha novo fôlego para recuperação	Jornal de Santa Catarina (impresso)
9/out/2013	Credialves. Fim da intervenção está próximo	Jornal de Santa Catarina (impresso)
8/out/2013	Assembleia conjunta decide futuro da Credialves em Luiz Alves	Jornal do Comércio
8/out/2013	Sicoob Blucredi acena para incorporação da Credialves	Portal do cooperativismo de crédito
4/dez/2013 e	Cooperativa de crédito de Luiz Alves aguarda autorização do	Porta <i>easycoop</i> (online) e Jornal de

2/dez/2013	Banco Central para ser incorporada por instituição de Blumenau	Santa Catarina (impresso)
------------	--	---------------------------

Além das notícias publicadas, a descrição do caso permitiu o levantamento de outras pautas:

Tabela 12. Levantamento de pautas para o DC a partir de fatos noticiáveis

1. Cooperativa de crédito apresenta prejuízo de R\$ 16,5 milhões para ser rateado entre 6 mil associados
2. Banco Central intervém em cooperativa e bloqueia recursos de 6 mil associados
3. Quebras de negócio na região provocadas pela intervenção da cooperativa
4. Cooperativas de crédito promovem ações para provar integridade e saúde financeira
5. Sob intervenção, cooperativa fica aberta para receber pagamento de dívida e renegociação de empréstimos em atraso
6. BC bloqueia bens pessoais e impede diretores da Credialves a assumirem cargos em instituições financeiras por 20 anos
7. Polícia Federal investiga processos de crime financeiro na Credialves
8. Blucredi e BC desenvolvem projeto de incorporação de cooperativa negativada
9. Cressol assume parte dos créditos que originaram crise da Credialves
10. BC prolonga prazo de pagamento do rateio de R\$ 12 milhões em dívidas
11. Blucredi já cobrou R\$ 11 milhões de rateio da dívida de 2011
12. Blucredi apresenta projeto de incorporação a associados da Credialves
13. Blucredi apresenta projeto de incorporação da Credialves a seus associados
14. Blucredi apresenta projeto de incorporação da Credialves em assembleia conjunta

15. Blucredi inicia venda de produtos e serviços de crédito
16. Desentendimentos político-administrativos levam cooperativa de crédito de Blumenau a se desfiliar da central de SC e filiar-se à central do Paraná
17. Depósitos das agências de cooperativa de crédito em Luiz Alves voltam a crescer
18. Associados retomam confiança no cooperativismo
19. Incorporação da Credialves pelo Sicoob Blucredi contraria Sicoob Central SC
20. Após incorporação, Sicoob Central SC dificulta a instalação do sistema operacional Sisbr nas agências que pertenciam à Credialves e impede migração de dados
21. R\$ 20,5 milhões das dívidas foram cobradas judicialmente
22. Cooperativismo retoma credibilidade na região de Luiz Alves

Ao todo o caso Credialves contabilizou nove notícias nos veículos Jornal de Santa Catarina, Jornal Luiz Alves, Jornal do Comércio, G1 Santa Catarina, Portal easycoop, Portal do cooperativismo de crédito e boletim informativo da Ocesc. A partir da leitura do caso foram levantadas mais 21 sugestões de pauta de interesse estadual. Não houve publicação sobre o caso no *Diário Catarinense*.

As 22 pautas levantadas no caso Credialves somadas às nove notícias de outros veículos registradas na clipagem pela assessoria de imprensa da Blucredi representam considerável grau de reconhecidos critérios de noticiabilidade envolvendo o cooperativismo. Desta forma, o silêncio sobre um caso econômico com tamanho Impacto e relevância social demonstra uma contribuição do Jornalismo na produção de *não-existências* sobre o cooperativismo para o público catarinense.

5.3 Considerações preliminares do Estudo Empírico

Como primeiras considerações, sobre a etapa empírica deste trabalho, busca-se cruzar os dados da pesquisa quantitativa realizada nos jornais com o levantamento dos fatos noticiáveis não publicados. A identificação de 423 notícias publicadas nos boletins eletrônicos da Ocesc, a análise de valores-notícia feita nos *releases* enviados pela Ocesc e a identificação de 30 pautas com significativo interesse social no caso Credialves faz considerar baixa a frequência localizada pela

Análise de Conteúdo no *Diário Catarinense* e no *Diário do Iguazu* (este último em menor grau) e leva à conclusão de que existe uma ausência no Jornalismo com relação ao assunto pesquisado, a medida que demonstra que há uma realidade noticiável silenciada ou, para usar as palavras de Santos, que há uma produção de não existências. Para completar, no *Diário Catarinense* o predomínio de menção a empresas privadas com fins lucrativos identifica a hegemonia da lógica produtivista por sua alta frequência na editoria.

Na etapa qualitativa é também possível observar ausências com relação ao tratamento do tema. Em primeiro lugar, o silenciamento foi identificado na análise do recorte específico com relação a menção às fontes no DC que identificou notícias que abordam o cooperativismo, mas não o utilizam como fonte. Outra forma de ausência no Jornalismo, localizada em ambos os jornais, diz respeito ao fato de que das 74 notícias que abordam o cooperativismo, em ambos os veículos, apenas uma demonstra algum posicionamento crítico por parte do jornalista em relação à fonte do cooperativismo. Apesar de em princípio parecer contraditório, uma apologia aparente às atividades das cooperativas ao invés de um olhar crítico que auxilie no sentido de fiscalizá-las pode prejudicar o cooperativismo e sua imagem a medida que contribui para omissão de más práticas, fatos que podem fazer desacreditar o cooperativismo como uma alternativa. As ausências causadas por distorções de informação, também localizadas nos dois veículos, mencionadas nas Tabelas 6 e 9, correspondem ao mesmo problema.

Seguindo a orientação da Sociologia das Ausências de buscar modos de ampliar o presente a partir da inclusão de realidades ausentes, uma tentativa de realizar neste trabalho um exercício de "*imaginação sociológica*" (conforme proposto por Santos) esteve na observação dos *releases* da Ocesc. Foi possível identificar valores além dos valores-notícia compartilhados pelo saber jornalístico, aqui entendidos como um exemplo do que esse pesquisador chama de "*senso comum científico tradicional*" (2002, 253). Para que os modos alternativos de produção se transformem em presença na mídia, acredita-se que outras formas de valoração dos fatos e de olhar sobre a Economia sejam necessários. Nos *releases*, a divulgação de alternativas de produção ao sistema capitalista tradicional que continham *Fatores de Emancipação Social*, visando objetivos coletivos e não individuais, mostraram foco nos indivíduos e não em seu capital. Acredita-se que este olhar possa ser tratado como inclusivo no Jornalismo Econômico para ênfase e divulgação de assuntos como (a) a desaceleração do crescimento em prol de um

desenvolvimento ecologicamente sustentável e (b) a promoção de melhor distribuição de renda para um desenvolvimento econômico que permita reduzir os problemas gerados pela desigualdade social.

Outra forma de incluir o interesse social na Economia seria, por exemplo, trabalhar os valores-notícia do conjunto "Impacto" proposto por Silva, aplicando sobre eles um olhar mais amplo que tornasse possível a compreensão de um contexto maior. Ao invés de considerar "número de pessoas envolvidas, número de pessoas afetadas e grandes quantias em dinheiro" de forma separada, poderia-se considerar o número de pessoas envolvidas e afetadas pelas grandes quantias. Isso porque o desenvolvimento sustentável não visa apenas o crescimento em si, mas como este crescimento se distribui na sociedade. É dessa forma que o grande número de pequenos produtores e pequenos trabalhadores que vivem com uma economia praticamente de subsistência, atendendo suas necessidades básicas de alimentação, habitação e saúde, também podem tornar-se notícia no noticiário econômico.

Uma hipótese surgida a partir do raciocínio lógico é de que, enquanto a notícia for única e prioritariamente um produto de uma empresa com fins lucrativos, mesmo que o que confira valor a ela esteja relacionado ao interesse social, ela não deixará de ser um produto feito para que alguém obtenha lucro com a sua venda. Trata-se do desenvolvimento do Jornalismo alocado no mercado capitalista tradicional, que abrange a maior parte da produção econômica na sociedade. Se ao invés disso a notícia fosse um produto prioritariamente com fins sociais, acredita-se que o compromisso social poderia passar a fazer parte dos ganhos efetivos. Defende-se que o desenvolvimento sustentável passará a ser priorizado nas pautas do Jornalismo Econômico quando a relevância social da notícia for colocada acima de possíveis interesses individuais, com fins lucrativos. Poderia tratar-se do desenvolvimento de um Jornalismo também emancipado, ou alternativo. Vale observar as propostas existentes de Jornalismo independente, através de cooperativas ou de projetos de orçamento coletivo, em especial os que têm surgido nas redes sociais, via *web*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao assumir que o Jornalismo possui uma função social, conforme defendido no início deste trabalho, o próximo passo é pensar que função é essa. Acredita-se aqui que a mídia tem o papel de informar não somente para localizar as pessoas no mundo, mas também para fazê-las interagir com ele. Concordando com o jornalista e professor catalão Lorenzo Gomis, a partir da ideia divulgada pela teoria de Maxell MaCcombs de que a mídia agenda a sociedade, dizendo sobre o que se deve pensar, Karam defende que a mídia tem o papel de tornar o público "partícipe social do mundo diário. Por isso, Gomis diz que a mediação generalizada exercida pelo jornalismo estimula a ação social." (2004: 49). Através desta ideia, entende-se que a mídia torna alguns assuntos mais presentes e outros mais ausentes da vida social cotidiana: considere isto, não considere aquilo³⁸. É por essa linha de pensamento que Boaventura de Sousa Santos fala em produção de *não-existências* - fatos que existem, mas que são desconsiderados, silenciados ou ausentados.

Quando o Jornalismo não aborda uma questão da realidade social, produz um silêncio. Primeiro, faz-se necessário observar se há um motivo nisso e qual é esse motivo, seja ele intencional ou não. Pensando no silêncio como uma ferramenta comunicacional, se a ideia é calar um ruído para que a comunicação de uma informação jornalística aconteça, identifica-se um bom uso. Se o silêncio provoca um vazio na divulgação de informação jornalística de interesse social, com desperdício daquilo que tem valores-notícia, identifica-se a produção de uma ausência.

Para os fins desta pesquisa, entendeu-se que o problema da ausência da Economia Social no noticiário econômico não está na teoria dos critérios de noticiabilidade, mas no uso dela. Em termos quantitativos, identificaram-se alguns dados com considerável grau de valor-notícia em comparação com outros fatos noticiados. As não-notícias aqui citadas abrangem notícias aparentemente menos relevantes

³⁸ A ponderação "mais presentes ou ausentes" é feita por considerar, em especial com a chegada da era da informação no contexto das novas tecnologias e da *world wide web*, outras formas possíveis de se inteirar sobre os assuntos atuais. Em contrapartida, como já dito aqui, o jornalismo produzido pelos grandes veículos de comunicação continua sendo a principal fonte de informação sobre assuntos sociais atuais pela maioria da sociedade.

do ponto de vista social, com menor grau de valores-notícia. Os ruídos dessas notícias provocam o silenciamento de outras. É para o que o músico e compositor John Cage chamava atenção, no pensamento exposto na introdução deste trabalho - a existência de sons que calam outros.

Em termos qualitativos, conclui-se que há um agravante, pois considera-se que as pautas publicadas nos jornais que fizeram menção ao cooperativismo pouco consideraram as características do fato que mais os valorizariam como notícia - o diferencial deste modo de produção, enquanto modo alternativo. A abordagem das cooperativas como uma empresa do mercado tradicional não só desvaloriza a pauta como contribui para a descaracterização do cooperativismo e sua consequente descredibilização enquanto alternativa.

Ao propor uma Sociologia que torne presentes assuntos de ordem social ausentados, de forma que se amplie o tempo presente, o sociólogo localiza uma nova forma de se pensar a emancipação social. A Sociologia das Ausências identifica e denuncia a produção de silenciamentos (através das monoculturas) enquanto a Sociologia das Emergências trata de abordar e pensar nas alternativas (ecologias dos saberes). Se o Jornalismo assume o papel de difundir informações, visando uma democracia mais participativa, evitando *desperdício de experiências sociais* alternativas àquilo que é hegemônico na sociedade, trabalha para o mesmo fim a que se propõe a nova epistemologia proposta por Santos.

Vale lembrar que, mesmo limitando a realidade àquilo que seja de interesse social, os veículos jornalísticos não são e jamais serão o reflexo dela, sem se estender muito nessa questão, a começar pelo fato de que o espaço do jornal é menor que o espaço da realidade. Do mesmo modo, como foi aqui defendido, considera-se que o contexto da realidade sempre será maior que o contexto possível do melhor jornalismo. Esta pesquisa permitiu levantar alguns indícios de produção de ausência social na cobertura de Economia por um Jornalismo que parece distanciar (a medida que não aproxima) assuntos de interesse social como os problemas da fome e da falta de saúde, de educação, de moradia, a assuntos de ordem econômica como hiperconcentração de renda, índices de desemprego, dívida pública, câmbio, movimentos da bolsa de valores. A política econômica, conforme a análise realizada, algumas vezes é explicada, mas raramente é questionada. A política de governo costuma fazer parte dos noticiários. A política de mercado, não. É talvez por isso, por exemplo, que facilmente se associe corrupção a

desvios de governo, e raramente a desvios de empresas privadas, como as diferentes medidas tomadas por grandes empresas que contratam profissionais especializados em direito tributário a fim de encontrar brechas na Lei para escapar do fisco. Essa é uma das formas que gera no Brasil, por exemplo, a grande controvérsia de taxar mais a população com menor renda e menos os mais ricos.

Esta pesquisa, em especial sua parte empírica, como justificado inicialmente, necessitou pautar-se prioritariamente não nas causas, mas no problema anterior de identificação da não presença do tema abordado como uma ausência social. Entretanto, o exercício teórico realizado indica alguns pontos que poderiam ser pesquisados em trabalho futuro, com um estudo de *newsmaking*, a fim de responder empiricamente à questão das causas do problema. Acredita-se que para identificar algumas possíveis causas da produção de silêncio pelo Jornalismo é importante recuperar algumas questões levantadas no início do capítulo 2, sobre o uso dos critérios de noticiabilidade jornalísticos. A partir disso buscou-se lançar alguma luz sobre a limitação do Jornalismo quanto a não dar conta da amplitude social do tema, localizando nele um *desperdício de experiência social*, e questionar a produção de ausências pelo mesmo. Primeiramente, defende-se que os jornalistas devem atuar junto com esses critérios, ao invés de não apenas entender e aplicar a lógica do processo. Cabe ao jornalista dar sentido ao processo a fim de atingir um objetivo e deixar de assumir apenas uma função mecânica de aplicação do *newsmaking*. Agir como peça pensante que torne possível que o processo de produção da notícia (crítica) ocorra. Entende-se que os critérios de noticiabilidade são uma lógica de produção que deve seguir uma razão. A razão que a conduz, pertencente ao sujeito jornalista, é o que vai definir o produto final, a notícia. É ele quem vai determinar o bom ou o mau uso do silêncio.

Além da atuação do repórter com o processo de produção, é importante considerar os vários interesses a que o Jornalismo está exposto, conforme explicitado no capítulo 1. Shoemaker & Reese (apud SILVA, M., 2014, 123) dividem as várias influências em cinco grupos. Tratam-se, das mais restritas às mais amplas, de influências: (a) individuais (do repórter); (b) das rotinas profissionais; (c) organizacionais; (d) extra-organizacionais e (e) do sistema social (ideologia). A partir disso, pode-se levantar como hipóteses para causas de negligência jornalística, influências: (1) de educação/formação do jornalista; (2) de poder, a partir da hierarquização dos cargos na redação; (3) da ideologia neoliberal como pano de fundo na produção do

noticiário econômico. A a ideologia, a mais abrangente dessas questões, é apontada pelos pesquisadores como uma influência do sistema social. Pensando em tal influência e no papel do jornalista, entende-se aqui que o jornalista possa ter uma ideologia, porque também está inserido na sociedade e, portanto, tem a partir dela a sua formação cultural. No entanto, um comportamento que não seria conivente com o jornalista seria tornar-se refém desta ou de qualquer ideologia. Aí está um ponto em que a profissão de jornalista se aproximaria da de cientista, a tarefa de, crédulo ou incrédulo, questionar sempre a fim de melhor compreender algum assunto.

Uma das abordagens de estudo sobre a natureza do Jornalismo está no entendimento da atividade enquanto uma construção cultural. A partir da exposição do quadro de influências de Shoemaker & Reese, Marcos Paulo da Silva explica que se tomarmos por base

o entendimento da notícia como uma produção cultural mais abrangente que transpassa uma mera 'soma de fatos', sua compreensão passa a envolver, conseqüentemente, tanto a seleção dos acontecimentos jornalísticos como a construção de sua narrativa, fenômenos que não podem ser observados separadamente. (2014, 129, grifo do autor).

Prosegue entretanto com a posição com a qual aqui se concorda de ir além neste pensamento e adotar uma perspectiva crítica sobre o trabalho nesta produção cultural:

Os eventos supostamente dotados de critérios noticiosos (ou de 'valores como notícia') devem ser observados em consonância com a concepção teórica de *paradoxos* cotidianos; isto é, em relação aos elementos simbólicos responsáveis por quebrar as expectativas da regularidade cotidiana que caracteriza o modo de vida moderno. (2014, 133, grifo do autor).

Entende-se neste estudo que o Jornalismo é um produto de uma construção cultural, mas que tem uma função social. Acredita-se que para que esta função social ocorra é necessário acrescentar um potencial emancipador, recorrendo à capacidade de criação dos sujeitos (jornalistas). Não fosse por isso estaríamos ainda aguardando pelo sol

para nos aquecer, dependendo apenas de nossos pés para nos locomover e de nossa força física para transportar coisas. Seríamos apenas reprodutores daquilo que o mundo oferece. É por isso que para que ocorra uma evolução social, uma superação de problemas existentes, é necessário ativar nessa esfera nosso potencial criador. Ao citar o assunto silêncio no Jornalismo, Bertrand refere-se ao papel do jornalista de "dar uma imagem do mundo além da experiência do indivíduo." (2002, 20). Quando Genro Filho fala da particularização do fato a partir de relações críticas existentes entre o mesmo e outros contextos sociais que o envolvem, propõe um papel crítico capaz de agir contra a manutenção de uma ordem que gera problemas sociais.

Ainda sobre a influência da cultura, pensadores como Edgar Morin sugerem que a visão de *multiculturalismo* pode servir aos propósitos de evolução social. Morin toma o Brasil como exemplo de abertura à diversidade e ao convívio com diversas culturas:

Apesar dos limites, digamos, do caráter de segregação social, é uma sociedade indiscutivelmente mestiça, que conseguiu integrar contribuições vindas da África. Nunca em outro país a contribuição africana foi tão intensamente integrada nos costumes, nem que seja na gastronomia, nas danças, nos cantos. (...) No Brasil, mesmo com toda essa extraordinária heterogeneidade, existe uma cultura comum que mantém a unidade. Ou seja, para mim, o Brasil é um grande estimulante. Um estimulante intelectual, mas também humano, pois tem um calor humano, um sentimento de familiaridade, que também perdemos na França e encontramos, muito vivo, no Brasil. (2015)

O *multiculturalismo*, também objeto de estudo de Santos, simplificadamente consiste em aceitar outras culturas, diferentes saberes, comportamentos, relações, etc, e aprender com a diversidade. Acredita-se que há limitação quando se entende que a cultura dominante na comunidade em que se vive seja a única responsável por determinar pensamentos e comportamentos. Em outras palavras, que o pensar e agir das pessoas (em especial neste estudo pensando na figura do jornalista e em seu trabalho) estaria pré-condicionado por uma imposição cultural. Defende-se que a medida em que se entende o caráter dinâmico e não

estático da cultura e adota-se uma postura aberta aos diversos ensinamentos e comportamentos, pode-se superar uma ideologia única, uma forma de pensar única.

Uma vez que a maior parte do Jornalismo nos dias atuais é produzido em empresas atuantes no mercado capitalista que segue as regras neoliberais, é discutível que seu processo de produção esteja intrinsecamente ligado a tais influências e que a relevância social como função do Jornalismo Econômico passa a ser um ponto crítico que denuncia uma possível crise de identidade da empresa jornalística entre interesse privado e interesse social (público).

Partindo do princípio de que a liberdade de imprensa é imprescindível para a ética jornalística, considera-se aqui que nas formas de Jornalismo independente talvez estejam hoje os lugares mais possíveis do Jornalismo atender prioritariamente ao interesse social. Isso porque ali se encontra uma liberdade de imprensa que não está livre das influências culturais hegemônicas em uma comunidade, mas que ao mesmo tempo não contém determinações impostas por nenhuma delas. Entende-se que o poder de decisão aí estaria mais no repórter, com maior autonomia sem necessariamente a orientação de uma linha editorial, e a qualidade do Jornalismo produzido por ele estaria diretamente ligada apenas ao olhar crítico do jornalista e à forma com que se deixa ou não influenciar. É possível pensar que o "alternativo" no Jornalismo estaria nesse olhar crítico, como um provável *Fator de Emancipação Social* (conceito da Sociologia das Ausências, de Santos) que pode ser identificado na notícia.

Em termos de abordagem sobre assuntos de Economia, primeiramente é necessário conscientizar-se que o mercado deve estar a serviço da sociedade e não a sociedade a serviço do mercado. Comungando da ideia do economista francês Thomas Piketty (2014) e do sociólogo Alain Touraine (2011), este estudo reforça que o mercado é também uma construção social e defende que a crítica ao mercado hegemônico deveria estar no cerne do Jornalismo Econômico. Numa perspectiva crítica, o Jornalismo não tem o papel de mantenedor da ordem. Não cabe ao jornalista ser apenas observador do mundo, mas interagir com ele, pois dele também faz parte. Em palestra proferida no encerramento do III Colóquio Internacional de Mudanças Estruturais no Jornalismo, ocorrido em maio de 2015 na UFSC, com o tema "Os Silêncios do Jornalismo", a pesquisadora Cremilda Medina afirmava que "A autoria do jornalista é aquela que atribui significados, o que exige responsabilidade social. O trabalho do jornalista não é uma

mediação asséptica, mas uma mediação autoral.". No mesmo evento, a socióloga portuguesa Madalena Oliveira também levava a pensar em um jornalismo além dos seus limites de imposições culturais: "O dizer do jornalismo é também o fazer a própria realidade. Não é apenas um produto da realidade, mas uma produção da própria realidade. O jornalista, ao produzir, age sobre a própria realidade.". Seguindo esses pensamentos, defende-se que o jornalismo econômico de interesse social é diferente do jornalismo que legitima o capitalismo, posto que o jornalismo não pode ser refém de uma ideologia. Os fatos falam por si, mas cabe entendê-los enquanto fruto de uma vida social, de uma criação social, e não de um destino ou acaso. Nesta mesma linha de pensamento, Santos explica que a Sociologia das Ausências é contrafactual.

A crítica feita neste trabalho sobre o distanciamento da Economia dos assuntos de ordem social é reforçada por Piketty: "Na realidade, a economia jamais deveria ter tentado se separar das outras ciências sociais; não há como avançar sem saber o que se passa nas outras áreas." (2014, 39). A ideologia predominante responsável por gerar este pensamento que tem muitos adeptos nos dias de hoje é a neoliberal. É esta a ideologia hegemônica a qual o Jornalismo Econômico está propenso a acompanhar na sociedade atual. Culturalmente, a maioria das pessoas entende Economia como sinônimo do capitalismo em seu modo hegemônico, com noções de máximo crescimento e lucro. Se o Jornalismo for somente influenciado por esta ideologia, estará produzindo ausências sociais, visto que há um direcionamento para se pensar em máxima produtividade. Retomando a discussão das fases da evolução do capitalismo, desenvolvida no capítulo 3, tal ideologia segue a cartilha de Ronald Reagan e Margaret Thatcher da desregulação total do mercado, independente do resultado social gerado. A partir daí pode-se pensar na existência de uma possível censura de mercado agindo sobre a lógica de produção jornalística e, conseqüentemente, na notícia produzida a partir dela. Acredita-se que o Jornalismo sem total liberdade de imprensa, incluindo as interferências estabelecidas pelo mercado, não existe em sua forma pura, pois nela reside sua essência.

Como abordado nesse mesmo trecho do trabalho, Piketty e Touraine são exemplos de pesquisadores que buscam superar os ideais neoliberais. Ao se questionar o capitalismo hegemônico produzido por estes ideais chega-se aos problemas da hiperconcentração de renda e aumento da desigualdade. Uma pesquisa publicada pela ONG inglesa Oxfam em janeiro de 2015, divulgada às vésperas do Fórum Econômico

Mundial de Davos aponta que se seguir o ritmo de crescimento atual, em 2016 a riqueza de 1% da população deve ultrapassar a soma dos outros 99%, ou seja, aproximadamente 7 milhões de pessoas terão mais dinheiro do que os outros 6,3 bilhões. O problema da hiperconcentração de renda não termina aí. Nesses 99%, que hoje detém 52% das riquezas, um quinto possui cerca de 46% do montante. Quer dizer que 80% da população possui apenas 5,5% da riqueza mundial. O caso norte-americano é destaque: em 2012, o 1% mais rico tinha 22% da renda do país, sendo que 0,1% dessas pessoas detinham 11% da riqueza. De acordo com a pesquisa ainda, um norte-americano com nível superior recebe em média 40% do que recebia há 40 anos. Além da pesquisa da ONG britânica, para citar outra fonte, o último levantamento da Organização Internacional do Trabalho (OIT) registra 202 milhões de pessoas desempregadas em todo o mundo, 5 milhões a mais que em 2012. Se continuar neste ritmo, em 2017 serão 215 milhões.

Touraine acredita que os efeitos da crise de 2008 dão mostras de que a ideologia neoliberal esteja sendo superada. Alguns movimentos sociais estão trazendo à tona uma série de questões e fica cada vez mais nítido o silenciamento da mídia sobre assuntos que não podem ser calados. Críticas severas ao capitalismo hegemônico estão vindo à tona. A pesquisa da desigualdade econômica da Oxfam mostra que a preocupação com a distribuição da renda é um problema que está deixando de ser ausentado, um problema que se faz cada vez mais presente nos assuntos da sociedade.

Na lógica dos critérios de noticiabilidade jornalísticos, sobre a questão da concentração de renda, considera-se que há duas grandezas do valor-notícia *Impacto* no fato - importam as quantias exuberantes e os bilhões de pessoas. Parece-nos que o ruído de trilhões de renda tem silenciado bilhões de indivíduos, sob os olhares a partir do predomínio da ideologia neoliberal. Parece que a lógica que racionaliza e credibiliza o mercado hegemônico é capaz de transformar 6,3 bilhões de pessoas em "minorias", em prol de um capital gigantesco. Tal constatação se estende para os outros níveis de concentração de riqueza. Percebe-se aí um grande contrassenso no jornalismo privado comprometido com fins lucrativos.

Diante deste cenário coloca-se a pergunta: há alternativas? Seguindo os preceitos da nova epistemologia de Santos: "sim, talvez haja", é talvez a melhor resposta e a continuação desse processo. Ao analisar os desdobramentos da crise de 2008, Touraine fala da

capacidade de reconstrução pelos governos e considera a possibilidade de criação de novas alternativas:

Se a importância de algumas pessoas pode ser relativamente grande, particularmente a dos governantes, e se, ao contrário, a opinião pública não exerce grande influência por intervir tarde demais, sempre é possível aos governos, como havia sido predito por Keynes, reconstruir aquilo que foi destruído ou abalado pela ação de algumas dezenas de aventureiros, ou por algumas centenas de traders, remunerados em centenas de milhares de euros. Estas simples observações visam a balizar a hipótese de que seria perigoso concentrar nossa atenção nas consequências da crise e na maneira de sair dela, quando aquilo que vivemos enfraquece a sociedade em seu conjunto, efetivamente vítima dos especuladores. É por isso que urge elaborar novas categorias de análise: do mesmo modo que a crise é um teatro sem atores, da mesma forma a saída da crise e a formação de uma nova sociedade dependem de iniciativas que têm a ver com os governos, ou que serão impostas pelas vítimas. (2011, 61)

De acordo com Santos, os modos alternativos de produção ainda não constituem um sistema contra-hegemônico ao sistema hegemônico vigente, mas ignorar tais alternativas seria descartar experiências sociais econômicas. Quando se entende que o hegemônico não é o todo, o pensamento de que não há alternativa não encontra lugar. É a esse resgate de experiências sociais que serve a Sociologia das Ausências.

A consideração das alternativas propostas pelos movimentos da Economia Social, ajuda a trazer para a Economia objetivos sociais, pois aí está o foco ao qual esses movimentos se propõem. Através do cruzamento entre a análise de conteúdo dos jornais e o levantamento de fatos noticiáveis esta pesquisa localizou a produção de ausências no noticiário econômico, sob a perspectiva teórica de Santos, ao demonstrar que há uma realidade noticiável silenciada. A identificação da ausência do modo alternativo de produção da Economia Social do Cooperativismo é um indicativo de que há um direcionamento do Jornalismo Econômico para a reprodução do modelo de economia

predominante. O tema **cooperativismo** passa pelo crivo dos critérios de noticiabilidade. Só que o jornalismo não parte de um tema geral, parte de fatos singulares. Entretanto, acredita-se que a falta de crítica ao capitalismo, ao mercado tradicional, faz com que o jornalismo não considere os modos alternativos de produção e por isso muitas vezes nem chega neles. Quando cala uma alternativa o Jornalismo atinge toda a sociedade a medida que silencia um potencial emancipador.

O trabalho empírico demonstrou um silêncio com relação ao tema, tanto na baixa frequência com que o assunto aparece nos noticiários, quanto na superficialidade da cobertura, quando o tema é tratado. Com relação à quantidade, é possível localizar marcas de influência da lógica neoliberal, por exemplo, no predomínio do uso de empresas privadas com fins lucrativos como fontes e na grande proporção de temas financeiros ante os temas que focam a produção.

As marcas de tal influência também aparecem no tratamento do assunto cooperativismo, ao observar que a maior parte das notícias adota uma posição apologética às cooperativas. Não se encontraram denúncias ou questionamentos de pontos como o retorno social; a adoção de medidas de controle do crescimento a fim de priorizar o desenvolvimento sustentável, uma prática nebulosa realizada algumas vezes sem muita clareza de critérios pelas redes de cooperativas do estado; a falta de limites sobre a reeleição de conselhos (na maior parte das cooperativas os dirigentes estão há décadas no cargo de presidente ou diretor geral, casos em que o cargo eleito se torna profissão-presidente de cooperativa).

Além da ausência (pouca frequência), pontua-se neste trabalho que um cooperativismo desvirtuado, deixa de ser uma alternativa e passa a ser mais do mesmo, ou ainda pior, posto que está revestido de uma doutrina a qual nem sempre segue. Uma cooperativa que utiliza os ideais cooperativistas como vantagem competitiva de mercado não é coerente com a ideologia que propaga. Karam (2004) fala sobre *razão cínica* quando há utilização de um discurso e negação dele na prática operacional. Defende-se que o Jornalismo Econômico tem o papel de auxiliar para que isso não ocorra nas Economias Sociais. Do contrário, tais alternativas podem se transformar em uma prática econômica menos socializável do que a adotada por uma empresa com fins lucrativos. Ao menos esta última admite que funciona em benefício próprio, para lucros próprios, e não conta com benefícios legais para isso.

A Análise de Conteúdo permitiu localizar no Jornalismo algumas marcas como fruto da lógica produtivista. Porém, para que as

marcas de direcionamento desta lógica fiquem ainda mais explícitas faz-se necessário um estudo de *newsmaking*, com observação das diversas influências e outros quesitos, além da lógica neoliberal, atuantes em todo o processo de produção da notícia. Acredita-se que a falta de formação especializada dos jornalistas para que tenha condições de ser crítico é uma das questões a ser considerada. Segundo Santos, "A modernidade ocidental, dominada pela razão metonímica, não só tem uma compreensão limitada do mundo, como tem uma compreensão limitada de si própria." (2002, 243).

Sobre os silêncios no Jornalismo Econômico e sua parte na produção de ausências sociais, considera-se primeiramente que há um jogo de interesses ao qual o mesmo está exposto. Além disso, existe também uma questão de fundo a ser considerada: o predomínio da ideologia neoliberal sobre os assuntos de ordem econômica não apenas no Jornalismo, mas no entendimento da sociedade como um todo. Entretanto, retomando-se a tarefa essencial do Jornalismo de atuar não apenas como reflexo da sociedade, mas de escrever notícias a partir de um olhar crítico sobre os fatos que despontam da realidade como algo singular, na perspectiva de Genro Filho, acredita-se que é possível à área auxiliar na transformação de ausências sociais em presenças, como objetiva Santos. Acredita-se que isso seja possível através (1) do olhar crítico ao sistema hegemônico sobre os fatos e conteúdos que se referem a este; e (2) da credibilização noticiosa de um tema que o trabalho aqui desenvolvido mostrou estar repleto de valores-notícia e interesse social, seja pela alternativa que a teoria apresenta a um sistema que provoca uma série de consequências negativas à sociedade a partir da miséria gerada, seja pelo espaço que este movimento ocupa, em especial em SC, conforme demonstrou a parte empírica deste estudo, discurso endossado em nível mundial pela ONU.

Para substituir a monocultura da lógica produtivista, a Sociologia das Ausências propõe uma ecologia de produtividade, o que requer um olhar diferenciado sobre a produtividade ao qual nos acostumamos no mundo ocidental pela difusão da ideologia neoliberalista que sustenta o modelo vigente hegemônico de capitalismo. Aplicar a ecologia de produtividade ao Jornalismo econômico é adotar um posicionamento crítico ao sistema a que estamos habituados, questionar a economia hegemônica a partir da consideração de algo que o mercado hegemônico descredibiliza. A ecologia dos saberes permite enxergar valores não vistos pela ótica produtivista da monocultura capitalista. Em uma breve análise sobre o comportamento

das pessoas nas relações capitalistas, defende-se que a visão de justiça do mercado que melhor beneficia quem mais trabalha não parece tão justa quando se observa que o ponto de partida das pessoas é diferente. Existem privilegiados e este privilégio muitas vezes é dado pela presença ou ausência de um capital inicial, facilitando para uns e dificultando para outros. Uma das conclusões a que se chega é que o bom uso do silêncio pelo Jornalismo Econômico estaria na aplicação do que Santos chama de uma *razão cosmopolita*, algo que neste caso levaria à prática de adoção de uma polifonia das fontes, bastante difundida em pesquisas de Jornalismo.

Conforme Genro Filho, "A essência do homem é, ela também, um processo e não uma substância inerte. Ou, o que significa a mesma coisa, a substância essencial do ser humano é precisamente o processo - seu processo de autoconstrução." (2012, 187). Adotando uma perspectiva crítica, entende-se que a notícia não é algo para ser apenas consumido. Ela auxilia na formação e informação das pessoas que a partir do conhecimento podem melhor compreender o contexto social dos fatos ocorridos. Em Economia, por exemplo, possibilitaria relacionar as mazelas da desigualdade com as formas de crescimento do capitalismo. Para Piketty, os processos de difusão do conhecimento são as principais forças de combate à desigualdade (2014, 27). Acredita-se aqui que o Jornalismo possa ser um desses processos a medida que, interessado socialmente, se comprometa com o estabelecimento de condições iguais de diálogo envolvendo todas as camadas da sociedade.

Haveria assim uma diferença entre a notícia que visa um público consumidor (público-alvo do jornal) e aquela voltada para o interesse social, a sociedade em geral. Considera-se que todo público-alvo possui um interesse social, pois está inserido na sociedade, afeta e é afetado por ela de alguma maneira. Entretanto, nem toda informação de interesse social está diretamente ligada ao interesse do público-alvo, pois não necessariamente o beneficia. É dessa forma que se reforça que o jornal não seria feito apenas para agradar o leitor-consumidor, mas para provocar também nele um comportamento de mudança no seu processo de autoconstrução. Soma-se a este pensamento a ideia de que a informação jornalística pode ser mais do que um direito à informação, se concordarmos com Santos que as pessoas na sociedade são mais do que cidadãos portadores de direitos e deveres, são também instrumentos de mudança.

Ao aproximarmos a ideia de Genro Filho de que a nossa essência está constantemente em evolução e que devemos ter um olhar

crítico sobre nós mesmos, ao pensamento sobre o futuro da sociedade na perspectiva do *Ainda-Não*, como sugere Santos utilizando o conceito de Ernst Bloch, é possível nos colocarmos como partícipes e responsáveis também pelo futuro. Acredita-se que, assumindo e trabalhando esse potencial emancipador do jornalista, podemos esperar que o Jornalismo auxilie nos processos de mudança social necessários. A partir daí, seria possível talvez pensar em um outro estudo, que talvez pudesse ser intitulado "*A esperança no Jornalismo e a Sociologia das Emergências de Boaventura de Sousa Santos*", a fim de investigar aplicações deste outro procedimento sociológico do pesquisador na área do Jornalismo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: Fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **Los dueños de la palabra**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009.
- BERG, Miriam Villchur. John Cage and 4'33" at the Maverick. Disponível em <http://www.maverickconcerts.org>. Acessado em 13 de junho de 2015.
- BERGER, Christa, MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2002.
- CAEIRO, Joaquim Manuel Croca. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Revista Katálysis**. FLorianópolis, v. 11, n.1, p. 61-72, jan/jun 2008.
- CATTANI, Antonio David. A outra economia: os conceitos essenciais. In:____. **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz editores, 2003.
- CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente**. São Paulo: Cultrix, 2012.
- CAVALHEIRO, Juciane dos Santos. A voz e o silêncio em 4'33'', de John Cage. In:____.Anais do 16º Congresso de Leitura do Brasil, Campinas/SP: Unicamp, 2007.
- CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- DEFOURNY, Jacques. Economía Social. In: CATTANI, Antonio David; CORAGGIO, José Luis; LAVILLE, Jean-Louis. **Diccionario de**

la otra economía: lecturas sobre economía social. Buenos Aires: Altamira, p.163-169, 2009.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais.** São Paulo: Atlas, 2011.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2012.

GOMIS, Lorenzo. Os interessados produzem e fornecem os fatos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.1, n.1, Florianópolis: Insular, 1º semestre de 2004.

HABERMAS, Jurgen. O papel da Sociedade Civil e da Esfera Pública Política. In:____. **Direito e Democracia. Entre a Facticidade e a Validade.** Rio de Janeiro: editora Tempo Brasileiro, 2003.

HELLER, Alberto Andrés. John Cage e a poética do silêncio. In:____.O´SHEA, José Roberto; BORGES, Maria de Lourdes (orgs). **Filosofia e Literatura.** Florianópolis: Bernúncia editora, 2010. Disponível em <http://www.albertoheller.com.br>.

IJUIM, Jorge. Ciência e Jornalismo: Apontamentos sobre as ideias de Boaventura de Sousa Santos para a compreensão do Jornalismo. [Material didático da disciplina Tópicos Avançados em Jornalismo, Cultura e Sociedade - pensamento moderno e modelos jornalísticos.] Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, 2º semestre de 2013. (Texto digitado)

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público.** São Paulo: Summus, 2004.

_____. Deontologia. In MARCONDES FILHO, Ciro. **Vade-Mécum da Comunicação.** São Paulo: Ed. Paulus, p.91, 2009.

_____. Ética. In MARCONDES FILHO, Ciro. **Vade-Mécum da Comunicação.** São Paulo: Ed. Paulus, p.91, 2009.

_____. Empresas jornalísticas: a hipocrisia como critério de noticiabilidade. Observatório da Ética Jornalística, Objetos. Seção

Comentário da semana, postado em 13 de abril de 2015. Disponível em <https://objethos.wordpress.com/2015/04/13>.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração editorial, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. **O jornalismo econômico**. São Paulo: Edusp, 1996.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3ª edição. Florianópolis: Insular, 2001.

LAVILLE, Jean-Louis. Economía Plural. In: CATTANI, Antonio David; CORAGGIO, José Luis; LAVILLE, Jean-Louis. **Diccionario de la otra economía: lecturas sobre economía social**. Buenos Aires: Altamira, p.157-163, 2009.

LAVILLE, Jean-Louis; GAIGER, Luis Inácio. Economía Solidaria. In: CATTANI, Antonio David; CORAGGIO, José Luis; LAVILLE, Jean-Louis. **Diccionario de la otra economía: lecturas sobre economía social**. Buenos Aires: Altamira, p.169-178, 2009.

LOPES, Fernando Augusto. John Cage: a anarquia do silêncio. Disponível em <http://www.botequimdeideias.com.br>. Acessado em 13 de junho de 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: edições Loyola, 2010.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. [Tradução de Lívio Xavier]. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2007.

MERTON, Robert K. **Sociologia: teoria e estrutura**. [Tradução de Miguel Maillat]. São Paulo: editora Mestre JOU, 1968.

MORIN, Edgar. É preciso ensinar a compreensão humana. Entrevista Programa Milênio, em 5 de março de 2015. Disponível em: <http://www.fronteiras.com/entrevistas/edgar-morin-compreensao-humana>

OCESC. **Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina - 40 anos: Unidos por uma vida melhor, a força do cooperativismo em Santa Catarina**. Florianópolis: Ocesc, 2012.

PARK, Robert. A história natural do jornal. In: BERGER, Christa, MAROCCO, Beatriz (org). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PESSOA, André Vinicius. A alquimia do silêncio. **Olho d'água**, São José do Rio Preto, v. 1, n. 2, p. 39-43, 2009.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e mídia**. Florianópolis, vol 1, n. 2, p. 13-30, 2º semestre de 2004.

PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Traduzido por Monica Baumgarten de Bolle. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

PINTO, Manuel. **Silent citizens: on silence and silencing in journalism**. Journalism Research and Education Section at the IAMCR Annual Conference. Cidade do México, julho de 2009.

PULITI, Paula. . **A financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002) [Tese]**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes; 2009. Disponível em <http://www.teses.usp.br>.

_____. **O juro da notícia: jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro**. Florianópolis: Insular, 2013.

RODRÍGUEZ, César; SANTOS, Boaventura de Sousa. Introdução: Para ampliar o cânone da produção. In: _____.SANTOS, Boaventura de Sousa

(org). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. **Revista Crítica das Ciências Sociais**, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Centro de Estudos Sociais, 63, p. 237-280, outubro de 2002a.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org). **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002b.

_____. **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002c.

_____. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. São Paulo: Cortez, 2003 (9 ed).

SCHMIDT, Derli; PERIUS, Vergílio. Cooperativismo - cooperativa. In: CATTANI, Antonio David (org). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz editores, 2003.

SICCOOB SC. **Sicoob Santa Catarina - 25 anos: Cooperação, solidariedade e desenvolvimento**. Florianópolis: Sicoob Central SC, 2011.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (orgs). **Critérios de noticiabilidade - problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Gislene. O método Análise de Cobertura Jornalística na compreensão do crack como acontecimento noticioso. In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. (orgs). **Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos**. Florianópolis: Insular, v.2, 2011.

_____. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo**, vol. 2, n.1, p.95-107, 1º semestre de 2005.

TAYLOR, John B. **Princípios de macroeconomia**. São Paulo: editora Ática, 2007.

TEJEIRO, José Barea. Constitución y nueva Economía Social. In: **CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, n.47, extraordinário, 2003.

TOURAINÉ, Alain. **Após a crise: a decomposição da vida social e o surgimento de atores não sociais**. Traduzido por Francisco Morás. Petrópolis/RJ: Vozes, 2011.

VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação**. Rio de Janeiro: DP&A: Fase, 2001.

WAISBORD, Silvio. A sociedade civil pode mudar o jornalismo? In: **Brazilian Journalism Research**, vol. 2, n.1, 2009.

WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido: uma outra história das músicas**. São Paulo: Editora Schwarcz, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial presença, 1999.

ANEXOS

ANEXO A - RESOLUÇÃO 64/136/2009, AS COOPERATIVAS E O DESENVOLVIMENTO SOCIAL, ONU

Naciones Unidas

A/RES/64/136



Asamblea General

Distr. general
11 de febrero de 2010

Sexagésimo cuarto período de sesiones
Tema 61 b) del programa

Resolución aprobada por la Asamblea General el 18 de diciembre de 2009

[sobre la base del informe de la Tercera Comisión (A/64/432)]

64/136. Las cooperativas en el desarrollo social

La Asamblea General,

Recordando sus resoluciones 47/90, de 16 de diciembre de 1992, 49/155, de 23 de diciembre de 1994, 51/58, de 12 de diciembre de 1996, 54/123, de 17 de diciembre de 1999, 56/114, de 19 de diciembre de 2001, 58/131, de 22 de diciembre de 2003, 60/132, de 16 de diciembre de 2005, y 62/128, de 18 de diciembre de 2007, relativas a las cooperativas en el desarrollo social,

Reconociendo que las cooperativas, en sus distintas formas, promueven la máxima participación posible de todas las personas en el desarrollo económico y social, incluidos las mujeres, los jóvenes, las personas de edad, las personas con discapacidad y las personas indígenas, son cada vez más un factor clave del desarrollo económico y social y contribuyen a la erradicación de la pobreza,

Reconociendo también la importante contribución que aportan y pueden ofrecer las cooperativas de toda índole al seguimiento de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer y la segunda Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Asentamientos Humanos (Hábitat II), incluidas sus conferencias de examen quinquenales, la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento, la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible y la Cumbre Mundial 2005,

Observando con aprecio la función que puede desempeñar el establecimiento de cooperativas en la mejora de las condiciones sociales y económicas de los pueblos indígenas y las comunidades rurales,

Recordando la resolución 1980/67 del Consejo Económico y Social, de 25 de julio de 1980, sobre años y aniversarios internacionales,

1. *Toma nota* del informe del Secretario General¹;
2. *Proclama* el año 2012 Año Internacional de las Cooperativas;

¹ A/64/132 y Corr.1.



3. *Alienta* a todos los Estados Miembros, así como a las Naciones Unidas y a todos los demás interesados pertinentes, a que aprovechen el Año Internacional de las Cooperativas para promover las cooperativas y aumentar la conciencia sobre su contribución al desarrollo económico y social;

4. *Llama la atención* de los Estados Miembros hacia las recomendaciones que figuran en el informe del Secretario General sobre futuras actividades para promover el crecimiento de las cooperativas como empresas comerciales y sociales que puedan contribuir al desarrollo sostenible, la erradicación de la pobreza y la creación de medios de vida en diversos sectores económicos en las zonas urbanas y rurales y prestar apoyo a la creación de cooperativas en esferas nuevas y que comienzan a perfilarse;

5. *Alienta* a los gobiernos a que sigan examinando, según proceda, las disposiciones jurídicas y administrativas que rigen las actividades de las cooperativas a fin de promover su crecimiento y sostenibilidad en un entorno socioeconómico que evoluciona con rapidez, entre otras cosas, estableciendo para las cooperativas condiciones equiparables a las de otras empresas comerciales y sociales, incluidos incentivos fiscales apropiados y el acceso a los servicios y mercados financieros;

6. *Insta* a los gobiernos, las organizaciones internacionales competentes y los organismos especializados a que, en colaboración con las organizaciones nacionales e internacionales de cooperativas, presten la debida atención al papel y la contribución de las cooperativas en la aplicación y el seguimiento de los resultados de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer y la segunda Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Asentamientos Humanos (Hábitat II), incluidas sus conferencias de examen quinquenales, la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento, la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible y la Cumbre Mundial 2005, entre otras cosas:

a) Aprovechando y desarrollando plenamente las posibilidades que tienen las cooperativas de contribuir a la consecución de los objetivos de desarrollo social, en particular la erradicación de la pobreza, la generación de empleo pleno y productivo y una mayor integración social;

b) Alentando y facilitando el establecimiento y el desarrollo de las cooperativas, incluso adoptando medidas para que las personas que viven en la pobreza o pertenecen a grupos vulnerables, incluidos las mujeres, los jóvenes, las personas con discapacidad, las personas de edad y las personas indígenas, puedan participar plenamente, de forma voluntaria, en las cooperativas y atender a sus necesidades de servicios sociales;

c) Tomando medidas apropiadas para crear un entorno propicio y favorable al desarrollo de las cooperativas, entre otras cosas, estableciendo una asociación efectiva entre los gobiernos y el movimiento cooperativista mediante consejos consultivos u órganos asesores conjuntos, y promoviendo e implementando mejor legislación, investigación, intercambio de buenas prácticas, capacitación, asistencia técnica y fomento de la capacidad de las cooperativas, especialmente en los ámbitos de gestión, auditoría y técnicas de comercialización;

d) Aumentando la conciencia del público sobre la contribución de las cooperativas a la generación de empleo y al desarrollo socioeconómico, promoviendo una labor amplia de investigación y reunión de datos estadísticos

sobre las actividades de las cooperativas, y su efecto socioeconómico global y en el empleo, en los planos nacional e internacional, y promoviendo la formulación de políticas nacionales bien concebidas mediante la armonización de las metodologías estadísticas;

7. *Invita* a los gobiernos a que, en colaboración con el movimiento cooperativista, elaboren programas destinados a aumentar la capacidad de las cooperativas, incluso perfeccionando las aptitudes de sus miembros en materia de organización, gestión y finanzas, y a que instauren y apoyen programas destinados a mejorar el acceso de las cooperativas a las nuevas tecnologías;

8. *Invita* a los gobiernos y las organizaciones internacionales a que, en colaboración con las cooperativas y las organizaciones de cooperativas, promuevan, cuando corresponda, el crecimiento de las cooperativas agrícolas mediante el acceso fácil a financiación asequible, la adopción de técnicas de producción sostenibles, las inversiones en infraestructura rural y de riego, el fortalecimiento de los mecanismos de comercialización y el apoyo a la participación de la mujer en las actividades económicas;

9. *Invita también* a los gobiernos y las organizaciones internacionales a que, en colaboración con las cooperativas y las organizaciones de cooperativas, promuevan, cuando corresponda, el crecimiento de las cooperativas financieras a fin de alcanzar el objetivo de una financiación inclusiva mediante el acceso fácil a servicios financieros asequibles para todos;

10. *Invita* a los gobiernos, las organizaciones internacionales competentes, los organismos especializados y las organizaciones locales, nacionales e internacionales de cooperativas a que sigan celebrando cada año, el primer sábado de julio, el Día Internacional de las Cooperativas, proclamado en su resolución 47/90;

11. *Solicita* al Secretario General que, en cooperación con las organizaciones competentes de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales, y con las organizaciones nacionales, regionales e internacionales de cooperativas, siga prestando apoyo a los Estados Miembros, cuando proceda, en sus esfuerzos por crear un entorno propicio al desarrollo de las cooperativas, proporcionando asistencia para desarrollar los recursos humanos, ofreciendo asesoramiento técnico y capacitación, y promoviendo un intercambio de experiencias y mejores prácticas por medios como conferencias, cursos prácticos y seminarios en los planos nacional y regional;

12. *Solicita también* al Secretario General que en su sexagésimo sexto período de sesiones, le presente un informe sobre la aplicación de la presente resolución en el que figure una propuesta sobre las actividades que habrán de emprenderse durante el Año Internacional de las Cooperativas dentro de los límites de los recursos existentes.

65ª sesión plenaria
18 de diciembre de 2009

ANEXO B - PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO

Princípios do cooperativismo

1º - Adesão voluntária e livre - as cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e assumir as responsabilidades como membros, sem discriminações de sexo, sociais, raciais, políticas e religiosas.

2º - Gestão democrática - as cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. Os homens e as mulheres, eleitos como representantes dos demais membros, são responsáveis perante estes. Nas cooperativas de primeiro grau os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto); as cooperativas de grau superior são também organizadas de maneira democrática.

3º - Participação econômica dos membros - os membros contribuem equitativamente para o capital das suas cooperativas e controlam-no democraticamente. Parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa. Os membros recebem, habitualmente, se houver, uma remuneração limitada ao capital integralizado, como condição de sua adesão. Os membros destinam os excedentes a uma ou mais das seguintes finalidades: desenvolvimento das suas cooperativas, eventualmente através da criação de reservas, parte das quais, pelo menos será, indivisível; benefícios aos membros na proporção das suas transações com a cooperativa; e apoio a outras atividades aprovadas pelos membros.

4º - Autonomia e independência - as cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos seus membros. Se firmarem acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, ou recorrerem a capital externo, devem fazê-lo em condições que assegurem o controle democrático pelos seus

membros e mantenham a autonomia da cooperativa.

5º - Educação, formação e informação - as cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral, particularmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação.

6º - Intercooperação - as cooperativas servem de forma mais eficaz aos seus membros e dão mais - força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

7º - Interesse pela comunidade - as cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros.

ANEXO C - TRECHO DA ENTREVISTA "A cidade precisa manter o homem no campo", de *DIÁRIO DO IGUAÇU*

Trecho da Entrevista: "A cidade precisa manter o homem no campo", com o presidente da Cooperalfa, Romeo Bet, sobre processo de escolha do presidente na cooperativa, publicada no *Diário do Iguaçu*, na edição de 11 e 12 de fevereiro de 2012.

"Na década de 70 surgiu a formação de lideranças, na qual os líderes representariam cada comunidade junto à direção. Eu fui eleito líder da comunidade, junto com mais dois ou três. Por aí a gente começou a tomar conhecimento do funcionamento da cooperativa. Em 80, seu Auri [Bonadese] tinha necessidade de reformulação. Começou a trabalhar através de reuniões, já mapeando os possíveis candidatos. Aí surgiram reuniões para escolher candidatos a candidatos. Não eram poucos, então eram candidatos a candidatos. E eu fui escolhido para representar Planalto Alegre como um dos candidatos a candidatos. Depois houve treinamentos, trabalho psicológico, avaliações, ficamos três, quatro dias reunidos nos treinamentos sobre cooperativismo, sobre o papel do líder, papel do dirigente da cooperativa.

DI – E como foi a votação?

Bet - Em uma reunião geral de toda a liderança, fomos para a escolha. Seu Auri comandou. Só ele permaneceu no Conselho da Administração. Aí foi para votação e a escolha foi através de votos.

Quem tivesse mais votos dos que estivessem nessa reunião. Quando chegou na eleição, seu Auri indicou o vice-presidente, Ismael Cremonini. Quando foram escolher secretário, a região me pediu: “você tem que ser”. Mas eu disse que não, porque não tinha conhecimento, não tinha estudo. Que eu poderia ser conselheiro, mais para participar das reuniões. Quando foram escolher um conselheiro, me pediram de novo: “agora tu vai”. Então, eu disse: “tudo bem, vou para acompanhar, ir me entrosando.” Aí fui eleito o conselheiro.

DI – E como o senhor se envolveu mais com a cooperativa?

Bet - Logo em seguida, seu Auri me convidou para trabalhar na Alfa. Eu disse que não, que não tinha conhecimento, mas ele disse que precisava do meu trabalho. Aí eu disse para ele que teria dificuldade, porque era agricultor, não tinha formação superior. Aí ele me disse que se eu não era inteligente, poderia aprender. E me forçou a barra. Em 10 de abril de 1981 foi meu primeiro dia como diretor do setor de produção, sempre orientado pelo seu Auri. Assim a gente começou, praticamente sem nenhum conhecimento, mas sempre procurando aprimorar, conhecer. E a cada mandato a gente foi subindo. Quando a gente chegou, a gente não conhecia nada. Me deu muito desânimo muitas vezes, vontade de desistir. Mas como a gente tinha sido eleito pelos associados, tinha caráter e vergonha de abandonar o barco. Optei para ficar um ano para ver como era. Mas no final desse um ano, achamos por bem exercer por um mandato. Aí veio outra eleição, concorremos novamente. De 195 líderes que

estavam presentes, obtivemos 145 votos. Aí passei para secretário. No terceiro mandato, assumi mais um cargo, fui indicado a segundo vice-presidente. E assim foi o início e estou lá até hoje. Com apenas uma interrupção."

SUINOCULTURA

Exportação garantida à China

A esperança vem com a inserção brasileira no país asiático

Chapecó — Entre queda, isenção de ICMS e a notificação sobre a exportação para o mercado chinês, o setor da suinocultura viveu, em 2011, seus altos e baixos novamente. O produtor terminou o ano de 2010 ganhando R\$ 2,45 pelo quilo vivo de suíno, mais bonificação de carcaça. Porém, a queda começou no início de janeiro onde o produtor já ganhava R\$ 2,30.

Em abril, a informação já havia sido divulgada. Para o presidente da Associação Catarinense de Criadores de Suínos (ACCS), Loviniano Lorenzi, a notícia pode ser uma salvação para os suínocultores catarinenses.

PRODUÇÃO

Santa Catarina possui aproximadamente 8 mil produtores de suínos, cerca de 70% deles estão no Oeste. O Brasil produz 3 milhões de toneladas e exporta 600 mil toneladas de carnes suínas. Dentro desse cenário está Santa Catarina que produz 750 mil toneladas e exporta 170 mil toneladas de carnes suínas.



SUÍNOS Santa Catarina é o maior produtor e o segundo maior exportador de carne suína do Brasil

Em janeiro de 2012, será enviada a primeira carga de carne suína da Coop Central Aurora, uma das três unidades fabris que receberam o aval dos chineses para comercialização. A China consumirá a carne suína direta também foi autorizada.

EXPORTAÇÃO

Estado bem no ranking

Chapecó — As exportações catarinenses no primeiro bimestre de 2011 somam US\$ 1,14 bilhão, com incremento de 22,6% em relação ao mesmo período no ano anterior. Dados da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (Fiesc) mostram que, no mesmo período, as importações cresceram num ritmo maior, totalizando US\$ 2,09 bilhões, com alta de 31,9%.

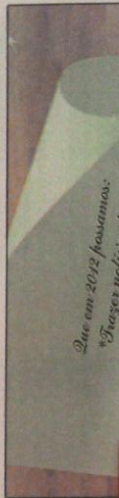
Com isso, o saldo da balança comercial fechou com déficit de US\$ 947,2 milhões. Segundo a Fiesc, de janeiro a novembro de 2011, as exportações foram o valioso alcançaram o número de 397 dos agricultores familiares no estado. Os primeiros quatro meses apresentando um acréscimo de 20,25% em relação ao ano anterior. Os valores exportados por

Santa Catarina cresceram em 3,54% das exportações brasileiras. Ocupamos a décima posição no ranking nacional.

COOPERATIVAS

Além das agronegóciárias, as cooperativas também avançaram no ranking. Em Santa Catarina, elas aparecem em 5º lugar no ranking das exportações brasileiras. "As cooperativas viabilizam a sustentabilidade da pequena propriedade".

A afirmação é do vice-presidente da Federação das Indústrias de Santa Catarina (Fiesc), Enori Barbieri, e ganha mais força com o seguinte número: 87% dos agricultores familiares no estado. Os primeiros quatro meses apresentando um acréscimo de 5,2% o que repercutiu em 87,4 milhões.



Que em 2012 possamos fazer melhor.