



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 1, Janeiro-Março. 2018

Release

A crise derruba inovação de um dos principais jornais de economia do Brasil

Adriano Fonseca - 150 DRT/TO

O projeto, para a época, foi ousado. Criar, dentro de um jornal de marca consolidada, um tipo de abordagem mais regional. Foi nessa proposta que nasceu o encarte Planalto Paulista, produzido e publicado dentro da Gazeta Mercantil, um dos principais jornais impressos especializados em economia do país. O projeto focado para o público de Campinas, no interior de São Paulo não durou muito. Quatro anos no total.

Contextualizar e narrar a história do encarte regional foi o objeto de estudo da Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica da PUC/SP – Maria Lúcia de Paiva Jacobini, que também faz parte do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura: Barroco e Mestiçagem. Ela analisou a política de expansão da Gazeta Mercantil, a estratégia de investimento e os negócios da empresa no Brasil e na América Latina.

O trabalho está sendo divulgado na Revista Observatório do Núcleo OPAJE da Universidade Federal do Tocantins, na edição de Janeiro/Março de 2018, com o seguinte título: O PLANALTO PAULISTA E A OPÇÃO PELA REGIONALIZAÇÃO DA GAZETA MERCANTIL: tempos de auge e de crise.

De acordo com a pesquisadora, a meta da Gazeta Mercantil era expandir e divulgar a marca do diário, além de construir maior proximidade com os



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 1, Janeiro-Março. 2018

temas e os públicos locais. Um desses locais foi a cidade de Campinas. Avaliada como polo econômico relevante, a cidade teve, entre 1998 e 2002, um encarte específico para a região: a Gazeta Mercantil Planalto Paulista.

A autoria fez revisões bibliográficas. Tomou como base os estudiosos: Caldas, Quintão, Basile, Lene e Kucinski – que discutem jornalismo econômico brasileiro e também a história da Gazeta – considerando criação, ápice e crise e de seus encartes regionais -, para traçar a história do Planalto Paulista dentro da de seu jornal-mãe.

O artigo narra a trajetória do jornalismo econômico brasileiro, partindo do século XIX. Segue os periódicos que se destacaram ao longo dos anos, como o Diário do Comércio, Diário Comercial, as colunas especializadas e a consolidação do jornalismo econômico como uma área em crescimento e próspera, inclusive para os jornalistas.

A autora descreve, em detalhes, o auge da Gazeta Mercantil – que chegou a contar com uma rede de 21 jornais regionais lançados até 2001 e o fechamento de toda a cadeia produtiva de notícias de economia. Incluindo a tentativa, tardia, de empresários que tentaram salvar o encarte voltado para Campinas, que deixou de ser público em abril de 2002. Foram centenas de postos de trabalho fechados. Jornalistas desempregados.

Como Citar a pesquisa

JACOBINI, Maria Lúcia de Paiva. O PLANALTO PAULISTA E A OPÇÃO PELA REGIONALIZAÇÃO DA GAZETA MERCANTIL: Tempos de auge e de crise. **Revista Observatório**, Palmas, v. 4, n. 1, p. 681-703, jan. 2018. ISSN 2447-4266.

Disponível

em:

<<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/322>



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 1, Janeiro-Março. 2018

0>. Acesso em: (data de acesso). doi: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n1p681>.