

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

COLUNISMO ECONÔMICO NA FOLHA E NO ESTADÃO

PAULO MAURICIO SCHUELER DA ENCARNAÇÃO

RIO DE JANEIRO

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

COLUNISMO ECONÔMICO NA FOLHA E NO ESTADÃO

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de Comunicação
Social / Jornalismo.

PAULO MAURICIO SCHUELER DA ENCARNAÇÃO

Orientador: Prof. Dr. Mauricio Lisovsky

RIO DE JANEIRO

2007

FICHA CATALOGRÁFICA

ENCARNAÇÃO, Paulo Mauricio Schueler da.

Colunismo econômico na Folha e no Estadão. Rio de Janeiro, 2007.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Mauricio Lisovsky

1. Colunismo econômico. 2. Folha de S. Paulo. 3. O Estado de S. Paulo – monografia de graduação. I. Lisovsky, Mauricio (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Colunismo econômico na Folha e no Estadão**, elaborada por Paulo Mauricio Schueler da Encarnação.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Mauricio Lissovsky
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagem - UFRJ

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Métodos e Áreas Conexas -. UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagem – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2007

Pai, mãe, irmão: obrigado pela paciência e apoio.

Aos hospitaleiros Alexandre Chernobyl e Natasha, pelas estadias na “Terra da Garoa”.

Aos funcionários da Biblioteca Municipal Mário de Andrade, em especial à carioca Nádia Ribas de Souza, radicada na capital paulista há mais de 20 anos, meu agradecimento pela boa vontade e presteza.

Aos amigos Bruno Dias, Laura Gelbert, Magali Cunha, Marta Barçante, Randolpho de Souza e Vinicius Assis, pela ajuda.

Agradeço também a Mauricio Lissovsky, pela franqueza das críticas e o respeito ao debate de idéias.

“A retórica do pensamento hegemônico é sempre a retórica da racionalidade perfeita, da identificação dos seus postulados e conclusões com o bom senso, a objetividade científica e a moral vigente; é a retórica da única alternativa legítima”.

Luis Carlos Bresser-Pereira

“Dólar opera? PIB registra? Por que *case* em vez de ‘caso’? Câmbio tem stress? A soja é responsável?”

Rolf Kuntz

ENCARNAÇÃO, Paulo Mauricio Schueler da. **Colunismo econômico na Folha e no Estadão**. Orientador: Mauricio Lissovsky. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho analisa o colunismo econômico veiculado nos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* ao longo do ano de 2006. Com a reestruturação produtiva e a introdução de novas tecnologias nas redações e gráficas, a reportagem perde espaço para o colunismo na interpretação e análise das ocorrências econômicas. O colunismo econômico presente nas páginas dos dois jornais paulistanos defende a iniciativa privada, critica a presença do Estado na economia e sugere a desregulamentação dos direitos trabalhistas como solução para o desemprego e o subemprego verificados no Brasil. Suas sugestões para o desenvolvimento do Brasil se identificam com a Escola Neoclássica, corrente de pensamento econômico organizada pelo austríaco Friedrich August von Hayek. Como as próprias empresas jornalísticas passam a interferir na atividade produtiva, através das novas tecnologias e de suas agências noticiosas, o colunismo é parte de um modelo de jornalismo que vai comprovar a tese de que o desenvolvimento da imprensa está ligado ao desenvolvimento do próprio capitalismo. Este trabalho analisa também o desenvolvimento histórico do jornalismo econômico e a linguagem por ele utilizada, o “Economês”.

Sumário

1 Introdução	1
2 O neoliberalismo e o jornalismo econômico	8
3 Breve histórico do jornalismo econômico no Brasil	22
4 O “Economês”	41
5 A produção do noticiário	49
5.1 A pauta	50
5.2 A crise da reportagem	51
5.3 O repórter e sua produção	54
5.4 A preponderância do conteúdo visual	60
6 Os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo	64
6.1 Folha de S. Paulo	67
6.2 O Estado de S. Paulo	68
7 Os cadernos Dinheiro e Economia & Negócios	70
7.1 Dinheiro	74
7.2 Economia & Negócios	76
8 O colunismo econômico	80
8.1 O colunismo econômico na Folha de S. Paulo	84
8.2 O colunismo econômico em O Estado de S. Paulo	88
9 Conclusão	
Referências	
Anexo A	
Anexo B	

1 Introdução

Colunismo econômico na Folha e no Estadão é uma tentativa de compreender se o colunismo econômico ganhou o espaço da reportagem na observação e interpretação da realidade econômica.

Tentará observar se esta hipótese está vinculada ao modelo de organização das empresas jornalísticas, e o quanto este modelo de organização foi alterado pela introdução de novas tecnologias nas redações e gráficas.

Parte desta hipótese está ligada ainda ao questionamento se o noticiário econômico influencia a própria atividade produtiva, o fluxo de capitais e as políticas de investimento corporativas ou individuais.

Para responder a estas questões, este trabalho precisará, em primeiro lugar, caracterizar o momento econômico por que passa o Brasil. Isso será feito no capítulo 2, quando será observado se existe alguma relação entre uma escola de pensamento econômico hegemônica e o noticiário dos jornais.

Neste capítulo também será observado se há relação mais estreita entre o desenvolvimento do jornalismo e o da sociedade capitalista. Para atestar isto, serão observadas as obras de Nelson Werneck Sodr e e Ciro Marcondes Filho.

Para comprovar se a afirmação de que o Brasil vive o chamado período neoliberal é verdadeira, o capítulo mostrará o histórico desta corrente de pensamento econômica, sistematizada e organizada pelo economista austríaco Friedrich August von Hayek e seus colaboradores Milton Friedman, Karl Popper e Ludwig Von Mises.

Tentará entender como as teses de Hayek influenciam a economia internacional, quais suas críticas ao modelo anteriormente hegemônico, o chamado keynesiansimo, e quais as conseqüências de sua implantação sobre a organização da atividade produtiva.

Analizará como a questão do planejamento econômico é criticada por Hayek e porque ela direciona esta crítica para a intervenção do Estado nas economias capitalistas. Um dos temas que serão abordados é como o programa *New Deal* norte-americano fará com que suas teses sejam postergadas para o futuro.

Outra pergunta que deverá ser respondida é: que condições objetivas surgiram para que as teses neoliberais se tornassem hegemônicas?

O trabalho pretende demonstrar também que a estratégia de investimentos das empresas sofrerá uma modificação, e que os fundos de pensão e de investimentos desempenharão papel central na economia.

Observar alguns pontos de vista de Hayek ajudará a entender os princípios da escola de pensamento por ele organizada. Assim será usada uma entrevista do economista à revista *Veja*, concedida no período em que suas teses começam a se tornar política de governo.

No mesmo capítulo será observado como o neoliberalismo chega ao Brasil, quem são seus introdutores teóricos e a partir de que momento ele começa a predominar enquanto modelo de organização da economia brasileira.

O trabalho observará ainda como o neoliberalismo altera a atividade produtiva do Brasil. O autor Maílson da Nóbrega, ex-ministro da Fazenda, será um dos autores utilizados para responder a esta pergunta.

No final deste capítulo, será observado se as transformações tecnológicas das últimas décadas influenciaram o tipo de jornalismo praticado no Brasil, especialmente o jornalismo econômico.

O trabalho apontará se este jornalismo apenas noticia ou se, além disso, influi na própria realidade econômica. Para responder a esta questão serão observados os modelos empresariais das empresas jornalísticas na atualidade, além daqueles veículos internacionais que são considerados modelos de qualidade editorial. Pretende-se, ainda, responder se isso influencia o noticiário econômico no Brasil.

No capítulo 3 será analisado o histórico do jornalismo econômico no Brasil. O trabalho observará: quem foram seus precursores, quais os principais veículos, quem são os responsáveis por cada inovação e quais os modelos editoriais desse tipo de jornalismo.

Será observada ainda a relação entre este jornalismo e o poder político, cujo maior representante institucional é o Governo Federal, e a iniciativa privada. Como as editorias dos grandes jornais se estruturam e como elas se relacionaram com os períodos ditatoriais no Brasil serão outros temas abordados.

Outros pontos que serão observados são as relações entre o desenvolvimento do jornalismo econômico com a publicidade e com o modelo de desenvolvimento implantado no Brasil no segundo governo Vargas e no período em que Juscelino Kubitschek ocupou a Presidência da República.

Observará ainda o papel desempenhado pelo *Correio da Manhã* e seu encarte *Diretor Econômico* na produção do chamado “jornalismo de negócios” e na popularização das bolsas de valores do Rio de Janeiro e de São Paulo.

E como a linha editorial do jornal levará o regime militar a estrangulá-lo financeiramente.

Outro exemplo que será abordado será o do *Jornal da Tarde*, que em finais da década de 1970 desempenha um papel renovador no jornalismo econômico. Para compreender isso, será observado o trabalho desenvolvido pelos jornalistas Luis Nassif e Celso Ming na produção do noticiário deste jornal.

O capítulo observará ainda o jornalismo econômico veiculado na TV, no rádio, na Internet, em revistas de grande circulação e nas publicações especializadas. Tentará responder quais são suas diferenças em relação ao noticiário produzido pelos jornais de grande circulação e quais são seus principais veículos.

Para isso serão observados os exemplos da *CBN*, da *Bandnews* e das revistas especializadas, entre elas a *Conjuntura Econômica*, publicada pela Fundação Getúlio Vargas.

O jornalismo econômico em jornal especializado merecerá uma análise quanto à sua trajetória e as inovações que traz para a imprensa brasileira. Será observada ainda a disputa de mercado entre esses veículos, que, cabe destacar, são o *Valor Econômico*, a *Gazeta Mercantil*, o *Jornal do Commercio* e o *Diário do Comércio e Indústria (DCI)*.

No capítulo 4 pretende-se observar a linguagem utilizada pelo jornalismo econômico, se de fato existe o chamado “Economês”. Para isso será observado se o conceito de linguagem jornalística desenvolvido por Nilson Lage é verificado no noticiário.

Será analisado o porque da linguagem utilizada na cobertura de economia ter ganho este apelido. Quais as características dessa linguagem, onde ela surgiu, são alguns dos questionamentos que serão levantados.

Um aspecto que será observado é como termos como “ortodoxo” e “ultrapassado”, “jurássico” serão usados pelo jornalismo econômico no debate macroeconômico e como isso se propõe a criar certo posicionamento do leitor:

Será observado se o uso de siglas, neologismos e termos estrangeiros contribui para a formação do “Economês”, se o repórter está qualificado para lidar com essa linguagem e se a publicação desses termos está relacionada às fontes ouvidas pelos jornalistas.

Outra resposta que será perseguida é se a linguagem está ligada aos processos de qualificação acadêmica e profissional das fontes e repórteres que compõem o noticiário econômico.

O capítulo trará ainda a observação se existe um outro tipo de linguagem que possa ser mais inteligível ao leitor, espectador ou ouvinte. Para isso serão observadas as trajetórias profissionais de Aoisio Biondi e Joelmir Beting.

No capítulo 5 será observado como a produção do noticiário é feita e como ele sofre influências oriundas do avanço tecnológico. Para isso pretende-se dividir o capítulo em quatro partes. A primeira analisará o que é uma pauta, como ela é construída, por que e por quem foi introduzida nas empresas jornalísticas.

Será analisado como a sociabilidade do trabalho nas redações será individualizada com as novas tecnologias, e como se perde a troca de informações e o apoio entre os profissionais de uma mesma redação.

Pretende-se observar se a pauta interfere no trabalho da equipe de reportagem, e como o jornalista se comporta diante dela. Entre os autores que serão analisados para responder a estes questionamentos estão o professor Nilson Lage e os repórteres Ricardo Kotscho e Suely Caldas.

A segunda parte do capítulo analisará a reportagem. Como é feito o planejamento para sua concretização, que tipos de recursos ela demanda, qual sua diferenciação frente aos outros modelos de notícia serão alguns dos temas levantados.

Pretende-se observar se este tipo de produção jornalística ainda encontra espaço nas páginas dos jornais, e porque ele é importante para a diferenciação entre os vários títulos de jornais encontrados nas bancas. Se sua realização é deixada de lado, tentará se buscar o motivo e o início deste processo.

Outro ponto que será abordado é como o noticiário semelhante e as novas mídias são fatores que levam à afirmação de que o produto jornal impresso está em crise, e como o investimento na reportagem poderia alterar esse descrédito.

Serão usadas algumas observações do repórter Ricardo Kotscho e da *ex-ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, Junia Nogueira de Sá, para ilustrar esses questionamentos. Outro ponto que será abordado nesta parte do trabalho é a reportagem especial.

Que diferenciais ela traz para o veículo que as publica e que tipo de relação o repórter especial tem com o restante da equipe de reportagem serão alguns dos pontos levantados. O repórter especial da *TV Globo* Caco Barcellos será citado para verificar se este tipo de produção jornalística desperta interesse no público.

A terceira parte do capítulo abordará o repórter que cobre economia. Será analisado qual deve ser o papel do repórter na sociedade e que iniciativas ele deve tomar para cumprir este papel.

Será analisado se o repórter pode produzir material jornalístico com verdadeira objetividade e o porquê disto. Será questionado se o repórter trabalha sob preconceitos e, em caso afirmativo, como ele pode vencê-los.

Será observado ainda se o recurso de ouvir várias fontes está sendo cumprido no jornalismo atual e que tipo de problemas a não utilização deste recurso de apuração pode provocar no noticiário.

Outro ponto a ser abordado é o papel do repórter dentro da empresa jornalística, qual deve ser sua relação com o pauteiro e que tipo de qualificação profissional ele recebe para cobrir a área de economia.

Será observado se a falta de formação acadêmica em Economia interfere no noticiário que ele produz e se cursos de qualificação e especialização podem alterar esta influência. Outro ponto a ser abordado é o modelo de qualificação profissional das empresas jornalísticas norte-americanas.

O trabalho analisará se o surgimento das assessorias de imprensa altera o dia-a-dia do repórter, e, em caso afirmativo, como elas influenciam o seu trabalho de apuração. Surge o questionamento quanto ao tipo de fonte que o repórter escuta. Ela pode alterar o noticiário?

Será questionado ainda se o discurso jornalístico pode ser considerado o melhor modelo para a produção textual nas editorias de Economia. Este levantamento será feito para abordar se os processos econômicos podem ser explicados através de um discurso afirmativo.

O capítulo 5 será concluído com a análise que as transformações gráficas trouxeram tanto para o conteúdo do jornal quanto para o trabalho do repórter. O porque dos jornais passarem por modificações gráficas será estudado levando-se em consideração os avanços tecnológicos e o impacto da TV colorida sobre a população.

E como a evolução do *design* gráfico tornará os jornais mais bonitos e permitirá a impressão de alta qualidade e com rapidez na confecção de gráficos, tabelas e ilustrações, além do melhor aproveitamento das fotografias.

Com visual atrativo, valorização de fotografias e infográficos e uma diagramação que facilita a leitura e compreensão dos conteúdos, hoje os jornais estão muito diferentes do que eram no passado. Um dos resultados desse processo é a valorização do diagramador dentro da empresa jornalística.

Será observado como a introdução de cores, o uso de fotografias, gráficos e infográficos altera as relações de trabalho em uma redação e como este modelo de jornalismo ganhou espaço no país.

Os casos específicos da *Folha de S. Paulo* e de *O Estado de S. Paulo* serão analisados, e pretende-se observar como essas alterações levam em conta o histórico e as características editoriais dos jornais.

O capítulo 6 analisará a trajetória dos jornais *Folha de S. Paulo* e de *O Estado de S. Paulo*. Entre os pontos que serão abordados estão suas linhas editoriais, a influência dos grupos aos quais pertencem sobre seus noticiários, o que os diferencia e aproxima. Pretende-se demonstrar a importância de cada um dentro da imprensa brasileira, através de critérios como tiragem, a localização de suas redações, e como são percebidos pelos leitores.

Será observado ainda se existe alguma relação entre as trajetórias dos dois veículos paulistanos e o que levou cada um a exercer a liderança, em termos de tiragem, entre os jornais do Brasil. O Projeto Folha é um dos aspectos que serão considerados nesta comparação.

Será observado que, mesmo sendo concorrentes diretos, a forma como encaram o projeto neoliberal no Brasil se assemelha. Isso poderá ser comprovado através de declarações de Otávio Frias Filho e Ruy Mesquita.

Outro ponto que irá ilustrar esta proximidade será a relação de Fernando Henrique Cardoso com os dois jornais.

O capítulo será dividido para analisar aspectos específicos tanto da *Folha de S. Paulo* quanto de *O Estado de S. Paulo*. Tentará se observar o papel desses veículos para suas empresas controladoras, e como os dois jornais podem ser chamados de carros-chefes de grupos com atuação variada no setor informativo de entretenimento.

O capítulo 7 trará uma análise do noticiário dos cadernos Dinheiro, da *Folha de S. Paulo*, e Economia & Negócios, de *O Estado de S. Paulo*.

Para analisar este noticiário econômico serão consultadas 28 edições de cada veículo entre os meses de março e junho de 2007.

Em cada um dos quatro meses, será usado o noticiário de uma semana completa, de domingo a sábado, o que resulta em sete edições analisadas em cada mês. Do mês de março, serão verificadas as edições dos dias 25 ao 31. Em abril, do 15 ao 21. Em maio, do 13 ao 19 e, em junho, do 3 ao 9.

Será analisado se o noticiário é filtrado pela visão de algum segmento específico da economia. Como é dado o valor para as repercussões e suítes. Pretende-se ilustrar estes questionamentos com a cobertura feita do Comitê de Política Monetária (Copom).

Como é feita a cobertura da economia internacional e se ela é prejudicada pela aquisição de material por parte de agências e veículos norte-americanos e europeus. Pretende-se observar se há contextualização entre este conteúdo noticioso e a realidade brasileira.

Pretende-se observar ainda a cobertura do mercado financeiro, se há análise e detalhamento sobre os números divulgados. Tentará se comprovar se o leitor consegue entender as perspectivas de longo prazo a partir da leitura desses materiais.

Após a análise dos dois cadernos, serão feitas entrevistas com Sergio Malgebier, editor do Dinheiro; e Cley Sholz, editor do Economia & Negócios.

Por limitações financeiras, não será possível reproduzir o conteúdo completo dos cadernos publicados nas datas usadas para a avaliação das colunas, que englobarão o ano de 2006. A solução encontrada foi comprar edições publicadas durante a realização deste trabalho.

O capítulo 8 analisará o papel e trará um breve histórico do colunismo econômico. Será observado o papel das colunas de opinião e de notas. Analisará ainda o porquê de algumas colunas serem escritas por não-jornalistas e como a publicação de seus textos extrapola os limites da legislação brasileira. O caso do colunista Paul Krugman, do *The New York Times*, servirá como exemplo para esta análise.

Outro ponto que será abordado, partindo de Ciro Marcondes Filho, é como a informatização e a operação em tempo real terceiriza a análise, o comentário, a interpretação, que passam a ser funções tiradas de outras fontes, externas ao jornalismo, e como isso vai transformá-lo enquanto produto.

No mesmo capítulo serão abordadas as colunas publicadas nos dois jornais durante o ano de 2006. Pelo método de mostra aleatória de semana composta, serão consultadas 28 edições de cada caderno. Após essa consulta, serão destacados os principais pontos de vista expostos pelos colunistas.

Serão descritos os principais pontos levantados nessas colunas e suas linhas de argumentação. O capítulo observará ainda como as colunas tratam o Estado, a iniciativa privada e o trabalho.

2 O neoliberalismo e o jornalismo econômico

Em 1º de outubro de 1827, o até então tipógrafo francês Pierre Plancher funda, no Rio de Janeiro, o *Jornal do Commercio*. Trata-se da primeira publicação nacional voltada à cobertura da economia. Seu noticiário é composto pela publicação de preços correntes, notícias marítimas e movimentos de importação e exportação.

Pode-se afirmar que a iniciativa do *Jornal do Commercio* é fruto do estágio de desenvolvimento econômico do Brasil à época. Com seus portos abertos ao comércio exterior não fazia duas décadas, abolidas as restrições impostas pela Coroa portuguesa, pouca notícia econômica poderia ser dada além daquela produzida pela publicação.

Nelson Werneck Sodré (1977, p. 1) afirma que “a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista”. Por isso essa relação com a conjuntura econômica vai marcar a história e o desenvolvimento do jornalismo econômico no Brasil, dos tempos de Plancher à atualidade. Para compreender esse jornalismo, é necessário observar o modelo econômico vigente. Hoje, impera a ordem neoliberal.

Pode-se afirmar que a história do neoliberalismo começa com uma reunião convocada em 1947 na Suíça, logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, pelo austríaco Friedrich August von Hayek. O encontro dá origem à Sociedade Mont Pèlerin, que viria a ser conhecida como Escola Neoclássica.

Ao encontro convocado por Hayek compareceram intelectuais como Karl Popper (*A sociedade aberta e seus inimigos*), Ludwig Von Mises (*Intervencionismo – uma análise econômica*) e o então jovem Milton Friedman (*Capitalismo e Liberdade*). O debate entre os participantes resultou na afirmação das virtudes do mercado e em sua capacidade de preservar a liberdade dos indivíduos.

Um dos princípios neoliberais é o monetarismo, que na prática significa controle da inflação mediante a redução das despesas do Estado e a redução salarial dos trabalhadores. Outro é a defesa da menor intervenção possível do Estado na economia, embora devam existir intervenções estatais para regular a ordem econômica de livre concorrência, evitando a tendência ao monopolismo. A teoria, entretanto, têm pouca relação com os resultados práticos de sua aplicação:

Na realidade, a ideologia neoliberal não escapa a uma certa incoerência: se a ideologia teórica remonta ao capitalismo concorrencial, com a defesa da livre concorrência; em termos práticos, tal ideologia precisa adaptar-se a uma época de monopólios, especulação financeira e imperialismo, operando

com interesses conflitantes de frações de classes. (CARVALHO, 2004, p. 17)

Hayek, que trabalhara em Oxford com John Maynard Keynes, escrevera em 1944 *O Caminho da Servidão*. Sua obra é um esforço de popularizar a crítica ao planejamento. Para Hayek, o planejamento socialista da economia era uma impossibilidade teórica.

Mas a questão do planejamento se impusera não só pelas vitórias obtidas pelos socialistas desde 1917, ou ao seu declarado anticomunismo. A crítica de Hayek é direcionada à intervenção do Estado nas economias capitalistas. Principalmente ao programa *New Deal* norte-americano. Em *O Caminho da Servidão*, Hayek defende tese segundo a qual a planificação econômica conduz à ditadura e ao totalitarismo, ou seja, à supressão da liberdade.

Entretanto, as idéias organizadas pela Sociedade Mont Pèlerin ficariam marginalizadas por quase três décadas. Nos anos 1950 e 1960, não encontraram condições históricas concretas para sua implementação.

Até lá, a ordem econômica mundial será ditada pelas idéias de seu antigo colega de Oxford – e adversário teórico. Em 1936, Keynes escrevera sua grande obra, a *Teoria geral do emprego, do juro e do dinheiro*. Suas idéias dão sustentação ao processo de reorganização da economia dos EUA após a crise de 1929, conhecida como Grande Depressão. Com o sucesso do programa *New Deal*, torna-se mundialmente famoso.

Para Keynes, a Grande Depressão foi resultado de uma diminuição da demanda. Para retomá-la, deveria-se colocar mais dinheiro em circulação, aumentando o poder de compra dos trabalhadores assalariados.

O keynesianismo, escola econômica que segue suas idéias, consagra esse novo uso da dívida pública, vinculado à atividade produtiva. O Estado intervém na atividade econômica, faz obras que impulsionem a demanda e se contrapõe à tendência depressiva dominante. Nos EUA, de 1933 a 1946, o gasto público sobe de 10% para cerca de 20% do PIB, enquanto a dívida pública salta de 16% para 127% da produção nacional.

Para que o keynesianismo fosse “exportado” para outros países, foi fundamental a posição de liderança alcançada pelos EUA no final da Segunda Guerra. A Conferência de Bretton Woods, sob liderança norte-americana, critica o livre movimento de capitais que havia gerado a crise de 1929. O encontro define a criação do Fundo Monetário Internacional (FMI) e do Banco Mundial (Bird) para disciplinar a disputa de mercados dos países pobres pelo capital financeiro.

Estabelece-se um sistema de câmbio fixo entre as principais moedas. O dólar passa a ser referência do mercado, com garantia em ouro. Até 1971, quando o presidente Nixon decreta unilateralmente o fim da conversibilidade, o sistema financeiro internacional funciona dessa forma.

Segundo Ricardo Fonseca Rabelo, para que essa mudança ocorresse,

O fator decisivo foi a dificuldade cada vez maior dos países capitalistas centrais de darem continuidade ao processo de expansão econômica iniciado no pós-guerra. Essa debilidade do processo de acumulação interna de cada país fez ressurgirem as tensões e rivalidades amortecidas no pós-guerra. O questionamento da dominação econômica e monetária dos EUA era o passo necessário para que as economias européias e asiática pudessem se expandir. (RABELO, 2002, p. 14)

A decisão de Nixon, entretanto, resulta num desastre de curto prazo. Os mercados financeiros perdem a referência do padrão dólar-ouro e começam a viver o período de incertezas e instabilidades. Também na década de 1970, ocorrem as crises do petróleo e há profundo avanço da informática e das telecomunicações.

A movimentação de capital se consolida com o câmbio flutuante, a queda de barreiras alfandegárias entre os países e a revolução tecnológica. O avanço eletroeletrônico cria as condições físicas para o intercâmbio instantâneo entre as economias de diversos Estados nacionais.

Há deslocamento dos programas estatais de pesquisa, antes voltados ao setor militar, para a área de pesquisa civil, envolvendo segmentos de tecnologia digital, fibras óticas e telecomunicações. O desenvolvimento destas tecnologias fora do controle estatal promove uma convergência das indústrias de informática, comunicação e telecomunicações. Torna-se, dessa forma, um importante vetor do novo modelo de produção.

A desordem monetária dá origem àquilo que Hérica Lene (2004, p. 37) chama de “aspecto mais visível da globalização no plano econômico: a autonomia do mercado financeiro em relação ao Estado-nação e entidades supranacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) ou a União Européia, e a sua volatilidade”.

Se o Estado não consegue mais deter a movimentação do capital estrangeiro, deixa de ditar as regras do desenvolvimento econômico. As estratégias de investimentos das empresas também começam a mudar.

Os fundos de pensão e de investimentos desempenham papel central. Cresce o mercado de títulos públicos, setores inteiros da indústria se submetem à financeirização da economia.

O processo produtivo é modificado. Começa a ser liderado por empresas transnacionais que disponham de capital para investimentos. O processo de fusões e parcerias empresariais é amplificado nesse bojo, o de ampliar o poderio econômico para investimentos. A relação entre Estado e iniciativa privada é invertida.

O Estado dispõe de cada vez menos recursos para aplicar em setores como saúde, educação e saneamento. Ele também se retira de setores como o de geração de energia, a distribuição de água, o tratamento de esgoto, a coleta de lixo e as telecomunicações.

Segundo Rabelo,

utiliza-se dados reais para sustentar a opção pelo projeto político “neoliberal” e para defender a tese de que sua adoção é inevitável, resultado de uma certa “lei de ferro” dos mercados (...)

O raciocínio básico é de que ocorreu uma mudança fundamental no mundo, de forma a forçar o abandono de medidas de política econômica destinadas a proteger as nações contra as práticas espoliativas do capital internacional e de medidas de proteção dos interesses dos trabalhadores contra determinadas mudanças nas relações de trabalho que esse capital busca impor. (RABELO, 2002, pp. 15-16)

A aplicação dos avanços tecnológicos e organizacionais leva ao aumento da produção e da produtividade, mas com tendência decrescente no nível de emprego. A chamada reestruturação produtiva em curso, com a adequação das empresas ao novo padrão de competição, leva à precarização do trabalho. O processo pode ser verificado com o aumento do desemprego e também do subemprego, além das terceirizações. Ele ocorre não apenas na periferia do sistema, agora é global.

Os objetivos dessas políticas eram, em princípio, os de quase uma utopia capitalista, com promessas de crescimento, liberdade de iniciativa e desenvolvimento tecnológico para todos. Promessas que se confrontam com a realidade do desemprego em larga escala, autoritarismo, desagregação social e o aprofundamento da desigualdade social em todo o mundo. Mesmo a economia americana, que é a principal beneficiária do processo, tem apresentado índices crescentes de precarização das condições de trabalho e vida e um processo de concentração de renda que estão ocultos atrás dos índices altos de crescimento econômico e desenvolvimento tecnológico. (RABELO, 2002, pp. 19-20)

Não à toa, a identificação com as idéias neoliberais são impopulares. Mesmo no meio acadêmico, é constrangedor defender suas teses. É o que se observa na abertura de entrevista que Hayek concede ao jornalista José Paulo Kupfer, da revista *Veja*, em 1979. Nem a láurea de um Prêmio Nobel de Economia, obtido pelo austríaco em 1974 junto com o sueco Gunnar Myrdal, facilita a defesa de suas propostas.

Muitos economistas, mais ou menos secretamente, podem pensar como ele. Outros recorrem a artifícios de linguagem e à sofisticação de conceitos para expor idéias muito parecidas com as suas. Mas pouquíssimos ousariam dizer as coisas que Friedrich August von Hayek diz de maneira tão clara, direta e chocante. E nenhum, seguramente, ostenta uma folha de serviços teóricos que se possa comparar com a sua em favor do livre mercado. Há exatos sessenta anos, Hayek defende a soberania do sistema de preços sobre qualquer forma de planejamento estatal da economia. (KUPFER, 2003)

Os dois maiores expoentes do neoliberalismo na vida pública, que primeiro o implementa como política de Governo, são o presidente republicano norte-americano Ronald Regan e a primeira-ministra conservadora britânica Margareth Thatcher.

Os dois adotam políticas de privatização, desregulamentação e liberalização. Thatcher dá a largada na aplicação do receituário neoliberal quando seus métodos ainda eram tabú para a maioria da elite política mundial. Promove a mudança estrutural do Estado e torna a estabilidade monetária e o equilíbrio fiscal os objetivos máximos da política macroeconômica.

Isso pode ser comprovado por afirmações de Hayek:

Tenho muitas esperanças de que a primeira ministra Margareth Thatcher consiga êxito na sua política econômica na Inglaterra. Seria um importante exemplo para os demais países. Se na Inglaterra der certo, é possível, por exemplo, esperar a ascensão de um Franz Joseph Strauss, nas eleições alemãs de maio próximo. Ele acredita firmemente na economia de mercado. De acordo com a verdadeira tradição liberal do século XIX, aliás, Strauss é o único liberal autêntico do país. Eu nunca disse antes e vou dizê-lo quando voltar à Alemanha, embora esteja certo de que vou provocar algum escândalo com essa declaração. (HAYEK apud KUPFER, 2003)

Questionado por Kupfer sobre como solucionar o problema da inflação, Hayek critica os governos da época por não aplicarem as medidas que considera corretas. Duas décadas depois, suas idéias serão seguidas por quase todos os chefes de nações:

Você quer saber qual é a saída política ou a saída inteligente? São questões diferentes. A tarefa da minha vida tem sido a de encontrar saídas políticas para as soluções que considero corretas, pois nem sempre as coisas coincidem. Naturalmente, é possível estancar a inflação cortando o excesso

de dinheiro em circulação. Mas o preço é caro. A estabilização sempre leva a um período de desemprego agudo, a uma redução do nível geral de satisfação. Por isso, nenhum governo está disposto a enfrentar o problema com coragem. Afinal, seria difícil manter o poder. (HAYEK apud KUPFER, 2003)

Segundo Inês Maciel, os anos sob o governo do Partido Conservador transformaram profundamente a Inglaterra.

O Partido Conservador manteve-se no poder até 1997, inicialmente com Margareth Thatcher e depois com John Major. Esses vinte anos de governo conservador marcaram a Inglaterra com alterações profundas nas condições econômicas, sociais, políticas e ideológicas. As transformações foram tão profundas que provocaram o início de uma crise sem escalas no tradicional e forte sindicalismo britânico.

As transformações se pautavam tanto nas questões econômicas e sociais quanto na estrutura jurídico-institucional fundamentais para a implementação das medidas que viabilizariam a implementação do modelo neoliberal. Essa agenda de transformações incluía:

- privatização de tudo que havia sido mantido sob o controle estatal no período trabalhista;
- redução e em alguns casos extinção do capital estatal voltado à produção;
- criação de uma legislação desregulamentadora das relações de trabalho e flexibilizadora dos direitos sociais;
- aprovação de uma legislação fortemente coibidora do movimento sindical, impactando desde os sindicatos ligados à forte base fabril, até as formas mais clássicas de negociação entre capital, trabalho e estado, como as negociações coletivas. (MACIEL, 2003, p. 15)

Vitoriosos, os defensores do neoliberalismo perdem o antigo recalque. Passam para a interdição do debate econômico, com a ridicularização das divergências e das críticas formuladas por outras escolas de pensamento. Percebe-se a arrogância intelectual na entrevista que o economista Edmund Phelps, professor da Universidade de Columbia que ganhou o Prêmio Nobel de Economia em outubro de 2006, à jornalista Camila Viegas-Lee.

As palavras de Phelps têm importância superior ao espectro acadêmico. Atualmente consultor do *Federal Reserve* (Fed), o banco central dos EUA, sua principal tese influencia a forma como os bancos centrais estabelecem suas políticas antiinflacionárias desde a década de 1980: a taxa básica de juros é uma variável fundamental na determinação das expectativas econômicas. Questionado sobre se é tolerável registrar um certo nível de inflação para obter crescimento econômico, afirma que

Essa idéia é muito ruim. Não há nenhuma evidência de que uma taxa mais alta de inflação do que aquela que tem prevalecido no Brasil promoveria crescimento ou emprego. E a teoria econômica disponível não sugere que

haveria qualquer um desses benefícios. (PHELPS apud VIEGAS-LEE, 2007, p. 5)

A interdição do debate segue quando o economista afirma não haver alternativas ao uso da taxa de juros para o controle da inflação.

Qual é a alternativa? Acreditava-se antigamente que a melhor alternativa seria usar a oferta monetária como principal meio para o controle da taxa de inflação, mas isso provou ser problemático porque os relacionamentos estruturais entre a oferta monetária e a taxa de inflação estão constantemente mudando ao longo do tempo. Então, agora, os bancos centrais estão adotando como ferramenta as taxas de juros de curto prazo. Não há mágica em nenhum desses instrumentos, mas eu suponho que o melhor que se pode fazer envolve o uso de taxas de juros, ou a oferta de dinheiro, ou ainda alguma combinação das duas alternativas. (PHELPS apud VIEGAS-LEE, 2007, p. 6)

Entre as principais decorrências da implementação do neoliberalismo estão a globalização da economia (nos planos comercial, financeiro e produtivo), o crescente desemprego, o acirramento da competição no plano mundial, a aceleração do processo de concentração e centralização do capital – com a formação de grandes empresas mundiais conglomeradas – e a financeirização das riquezas, ou seja, a procura, no plano mundial, pelos capitais, de aplicações de ciclo rápido em papéis – títulos e ações – desvinculados da produção material.

A financeirização da economia mundial atinge um patamar elevadíssimo. As crises das “bolhas” das bolsas asiáticas e da Rússia, nos anos 1990, são fruto de movimentos especulativos desenfreados neste terreno. A dependência de muitos países ao capital financeiro é um entrave à industrialização e contribui para a manutenção de taxas de juros elevadas e para a sua dependência aos grandes bancos internacionais e ao FMI.

Embora o cerne das políticas monetaristas seja a insistência na redução dos déficits públicos, elas são as principais geradoras desses déficits, ao insistirem na manutenção de altas taxas de juros. Ainda que tenham sido eficazes no combate à inflação, foram responsáveis, também, pela alta das taxas de juros nominais. Essa alta das taxas de juros, por sua vez, resultou em quedas importantes do crescimento econômico principais países industrializados e gerou um desequilíbrio crônico das contas públicas, trazendo à tona os processos de falência do Estado. (RABELO, 2002, p. 29)

No Brasil, ao menos do ponto de vista teórico, o neoliberalismo está presente desde a criação da escola monetarista fundada por Eugênio Gudin. Ministro da Fazenda no governo

Café Filho (1954-1955), Gudin havia editado a Instrução nº 13 da Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc). A medida permite a entrada de capital estrangeiro no país, mas ela ainda precisa se associar ao capital nacional.

A introdução da teoria neoliberal no Brasil por Gudin se fortalece com os ministros da área econômica do regime militar. Seu maior expoente, no período, é Roberto Campos. Entretanto, a aplicação prática do receituário neoliberal começa nos anos 1990, no governo Fernando Collor de Mello.

Isso porque, até os anos 1980, o país oferece resistência às políticas de desregulamentação e abertura comercial em curso na América Latina, cujo exemplo mais claro é o Chile. Essa resistência é refletida na Constituição de 1988.

A Assembléia Nacional Constituinte representa a disputa de poder entre o antigo desenvolvimentismo e o neoliberalismo. À época ministro da Fazenda, Maílson da Nóbrega (2000, p. 99) afirma ser “possível interpretar que a Constituição representa ideais do liberalismo econômico e do capitalismo em algumas de suas partes e do estatismo e do socialismo em outras”.

Segundo Nóbrega, o modelo de desenvolvimento em curso nas economias desenvolvidas não é assimilado pelos constituintes.

Na verdade, a Assembléia Nacional Constituinte havia sido dominada por idéias desconectadas da realidade. Eram pouquíssimos os parlamentares que se davam conta das transformações em curso na sociedade e na economia. Os debates e propostas padeciam, não raramente, de uma profunda desinformação sobre princípios elementares de economia e de finanças públicas. Muitas vezes, predominou a pura e simples irresponsabilidade fiscal. (NÓBREGA, 2000, p. 98)

O modelo, iniciado na breve gestão Collor e continuado no período Itamar Franco, se consolida nos mandatos de Fernando Henrique Cardoso e permanece na presidência de Luis Inácio Lula da Silva.

O neoliberalismo vira política de governo após várias tentativas fracassadas de planos econômicos. “Pérsio Arida, Lara Rezende, Edmar Bacha e Francisco Lopes foram os criadores do Plano Cruzado, uma experiência fracassada de combate à inflação pela via do choque heterodoxo” (RABELO, 2002, p. 47).

E é justamente um plano de combate à inflação, o Real, que vai permitir ao neoliberalismo promover o ajuste estratégico e a retomada do crescimento econômico do Brasil. “A análise da crise fiscal e financeira do Estado herdado do regime militar possibilitou

a transição para uma crítica do estado como um todo, levando a adoção das teses básicas do neoliberalismo” (RABELO, 2002, p. 50).

Desde então, a política de privatizações (principalmente nos setores elétrico e de telefonia, com financiamento do BNDES e por preços irrisórios) e os ajustes realizados na economia levam a um processo de transferência de riquezas para o setor privado, ao fortalecimento dos grandes monopólios privados e a desindustrialização e desnacionalização da economia nacional. Durante o segundo governo de FHC, há as crises da Ásia e da Rússia, o que leva ao fim da paridade entre dólar e real.

No mesmo período, as chamadas “reformas” surgem para reorganizar a ordem jurídico-institucional ao moldes do novo padrão de acumulação do capital no país. A Constituição é constantemente alterada para “modernizar” o Brasil.

A constituição de 1988 pode ser considerada o maior obstáculo ao desenvolvimento do Brasil. Nenhuma das seis antecessoras foi tão longe na atribuição de responsabilidades ao Estado e na concessão de privilégios a grupos corporativistas, de maneira incompatível com a capacidade de extração de recursos do contribuinte e com a gestão austera das finanças públicas. De sua continuada reforma dependerá o aproveitamento do imenso potencial de crescimento do país. (NÓBREGA, 2000, p. 93)

Essa “modernização”, entretanto, não é acompanhada por melhor distribuição de renda da riqueza gerada. Segundo Aylê-Salassiê Filgueiras Quintão (1987, p. 38), “a proposta de modernizar a sociedade cai, em geral, como um elemento catártico e estimulador das esperanças das categorias de classes burguesas, criando nelas ilusórias perspectivas de melhores condições materiais de bem-estar social e aumento da renda”.

Nóbrega deixa claro que as mudanças constitucionais têm o preceito de facilitar a acumulação de capital:

Os constituintes foram incapazes, entretanto, de perceber o esgotamento do modelo de desenvolvimento centrado no Estado e as novas tendências da economia em todo o mundo. Não enxergaram a crise do setor público nem a necessidade de promover a reforma do Estado e estimular a ampla reestruturação produtiva no setor privado. (NÓBREGA, 2000, p. 101)

Ao Estado, agora, cabe manter a educação primária, a saúde e a infra-estrutura essencial ao desenvolvimento econômico. Mesmo nesses setores, o setor público vai paulatinamente se retirando e permitindo a entrada do capital privado.

Segundo Hérica Lene, esse processo cria um novo setor da burguesia no Brasil.

Um novo setor da burguesia brasileira que tem a sua ascensão diretamente relacionada com a política neoliberal, é a nova burguesia de serviços. Este setor opera nas áreas de educação, saúde e, mais recentemente, na previdência privada. A burguesia de serviços é diretamente beneficiária do desmanche da área social do Estado, isto é, da redução dos gastos e dos direitos sociais. Como todas as frações burguesas no interior do bloco no poder, além do imperialismo, exercem uma forte pressão sobre o Estado para que reduza os gastos sociais, a nova burguesia de serviços se beneficia da ação conjunta de todas as frações de classe. (LENE, 2004, p. 53)

Outra característica desse nascente processo é a abertura indiscriminada da economia aos produtos estrangeiros. A abertura visa criar as condições para a concorrência de preços no mercado interno, forçando a contenção inflacionária. Ao mesmo tempo ratificar o papel da economia nacional enquanto um grande mercado consumidor.

O antes irrequieto Maílson da Nóbrega elogia o processo:

O Brasil está mudando para melhor. A uma velocidade sem precedentes. O último quartel do século XX pode ficar conhecido como o período em que ocorreu uma verdadeira revolução. Pela primeira vez, estão presentes quatro das mais importantes condições para o desenvolvimento: a democracia, a estabilidade monetária, uma economia aberta e uma política econômica crescentemente orientada para o mercado. (NÓBREGA, 2000, p. 21)

Se o desenvolvimento do jornalismo está ancorado à economia, como isso ocorre no período neoliberal? Para Quintão, o sistema econômico necessita que haja circulação dos bens produzidos para haver apropriação de valor.

Na medida em que o sistema se desenvolve, ele engendra outros mecanismos de apoio à circulação dos bens e, conseqüentemente, de realização do valor e, para isso, é necessário que os meios de comunicação de massa atinjam graus correspondentes de desenvolvimento. (QUINTÃO, 1987, p. 43)

Segundo Ciro Marcondes Filho, esse processo já começa a ganhar força no Século XIX, com a mudança de papel da notícia e a implementação da publicidade nas publicações:

A gradual implantação da imprensa como negócio, iniciada após 1830 na Inglaterra e nos Estados Unidos, impõe-se plenamente por volta de 1875. A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão da importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria: seu *valor de troca* – a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente redacional-noticiosa dos jornais. A tendência. – como se verá até o final do século 20 – é a de fazer do jornal

progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeados de notícias. (MARCONDES FILHO, 2002, pp. 13-14)

Há descaracterização da atividade jornalística, que no final do Século XX vai representar um mundo onde o debate de idéias é prejudicado pela afirmação de que não há alternativas ao modelo vigente. Segundo Marcondes Filho,

A transformação ou descaracterização da atividade (alguns chamam mesmo de “decadência”) tem a ver com a crise da cultura ocidental: o jornalismo é a expressão física de um espírito. O pano de fundo dessas mudanças é o fim da modernidade, caracterizado pelo (novo) processo universal de desencanto (defecção do socialismo e das alternativas ao capitalismo), pela crise dos meta-relatos e de todos os sistemas gerais de explicação, pela falência dos processos teleológicos (esperança de um futuro melhor, a subordinação do engajamento político a um projeto histórico) e – último mas não menos sério – o desaparecimento do conceito de “agonística geral”, isto é, da política como embate, competição, confrontação radical. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 15)

Os avanços tecnológicos e as novas necessidades no processo de acumulação de capital levam ao surgimento de um jornalismo especializado de economia, que produz um volume de informações abrangente não apenas sobre a evolução do mercado, como das políticas econômicas a serem adotadas. “Informação é algo diferente do capital, que pode ficar armazenado à espera de uma rentabilidade ou valorização na razão direta da demanda, ela é, ao invés disso, uma mercadoria altamente perecível, que deve ser consumida rápida e integralmente” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 18).

Segundo Bill Emmott, ex-editor da *The Economist*, a principal revista econômica do mundo, trata-se de oferecer noticiário para decisões de curto prazo. O que, de certa forma, prejudica a qualidade editorial:

Nossa perspectiva é sempre de curto prazo. Nossos leitores querem saber como algo que aconteceu hoje poderia estar ligado a algo que aconteceu ontem, ou no mês passado. (...) Escrevendo em uma revista semanal como a *Economist*, com leitores globais altamente motivados e uma missão analítica clara, este jornalista está protegido contra parte dessa vulnerabilidade. Contudo, continua sendo necessário escrever sobre questões e fatos com os quais o público se preocupa, mesmo quando tal preocupação na verdade não se justifica e quando o principal papel do jornalista é simplesmente dizer isso. E, tal como os analistas do momento, o jornalista está constantemente correndo o risco de interpretar com exagero as tendências de curto prazo e subestimar ou interpretar de forma inconclusiva as tendências de longo prazo. (EMMOTT, 2006, pp. 9-10)

O jornalismo não apenas noticia, ele influencia a tomada de decisões cada vez mais rápidas. É o que defende Rabelo, para quem

Os mecanismos de informação convencionais – a imprensa escrita não segmentada – não são suficientemente ágeis para um acompanhamento eficaz dos mercados globais, já que as decisões econômicas fundamentais – das quais dependem o futuro de empresas de grande porte inteiras ou de alguma centena de milhões de dólares – deve ser tomada em períodos de tempo cada vez menores. (RABELO, 2002, p. 31)

Os *sites* de informação econômica passam a oferecer, além de noticiário, serviços de investimento no mercado financeiro. Viram instrumento de expansão do processo produtivo – e também especulativo. Tornam-se fatores estruturantes do neoliberalismo.

Segundo Suely Caldas, o processo ganha fôlego já na década de 1970, quando o diário londrino *Financial Times* decide mudar sua classificação de “empresa jornalística” para “empresa de informação”.

A diferença entre empresa jornalística e de informação é que esta última tem alcance mais largo e amplo, não se limita a produzir notícias para uso jornalístico, busca todas as formas de informação – das cotações de ativos e produtos, bancos de dados para pesquisas de uso dirigido a setores variados, prestação de serviços em saúde, educação, enfim, uma ampla gama de informações aplicáveis a determinado objetivo. (CALDAS, 2003, pp. 95-96)

Para Maciel, há alterações na própria relação de produção do noticiário:

Essa modificação no mercado de comunicação de massa fez com que os jornais tentassem se adaptar para não desaparecer. As empresas do ramo começaram a se transformar em grandes conglomerados de informação, abarcando outras mídias e tentando conquistar, ao mesmo tempo, o leitor, o telespectador e o internauta. A redação passou então a ser um palco multimídia, unindo vários mundos de tecnologia digital, onde som, imagem e movimento podem se mesclar em uma única mídia ou não. Na verdade, surgiram pequenas redações de uma só, na qual se criam a partir de pautas específicas para internet, rádio e jornais impresso e televisivo. Afinal, cada um desses veículos necessita de um tratamento de informação específico e com uma equipe própria para este fim. (MACIEL, 2003, p. 4)

Em 1991, essa nova realidade chega ao Brasil. O Grupo Estado compra a *Broadcast*, que repassava para o usuário cotações de bolsas de valores e de ativos do mercado financeiro. Uma equipe de jornalistas monta um serviço de notícias econômicas e políticas para ser agregado às cotações. Está criada a *AE-News*.

O *AE-News* – centenas de flashes diários com informações econômicas e políticas que influenciam o rumo do mercado financeiro – foi um aprendizado novo para os jornalistas. Eles aprenderam, por exemplo, que é muito mais importante a velocidade, a informação transmitida no exato momento em que acontece, do que a perfeição do texto. (CALDAS, 2003, 97)

Em entrevista a Caldas, o ex-diretor-editorial da *Agência Estado*, Eloi Gertel, afirma que a transmissão de informações também tem papel moralizador do mercado, dificultando que empresas ou setores sejam prejudicados por boatos do mercado financeiro.

Não havia informações em tempo real produzidas no Brasil e dirigidas a brasileiros. O primeiro efeito foi acabar com os boatos das quintas e sextas-feiras, que infernizavam a economia, derrubavam mercados, destruíam poupanças. Os boatos desapareceram porque a informação estava presente em todas as mesas de operação, nos ministérios, nos governos, acessível a todos que lidam com ela. Boatos hoje são imediatamente confirmados, desmentidos, esclarecidos. (GERTEL apud CALDAS, 2003, p. 99)

Pode-se exemplificar a relação entre o jornalismo econômico e a estratégia de desenvolvimento do capitalismo pela cobertura das reuniões do Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central. Inspirado na experiência do *Bundesbank*, o BC da Alemanha, o Copom se reuniu pela primeira vez em 26 de junho de 1996. A partir de 1999, com a desvalorização cambial e a adoção do câmbio flutuante, os juros passam a ser tema constante no jornalismo. Comentando a divulgação de uma ata do Copom pelos jornais *Folha de S. Paulo* e *Valor Econômico*, Elizabeth Moraes Gonçalves e André Sathler Guimarães afirmam que:

Existem textos que têm um grande impacto sobre a sociedade de uma forma geral, por terem a peculiaridade de serem performativos, instituindo realidades que passam a afetar toda a população de um país. Esse é o caso das leis, por exemplo, e das decisões de algumas instâncias governamentais. Esses textos são caracterizados pelo discurso autorizado pelas Instituições oficialmente estabelecidas. Dada a sua repercussão, estes discursos são minuciosamente analisados, reproduzidos e comentados pela mídia.

Nos últimos anos, as reuniões do Copom têm sido sistematicamente acompanhadas e cobertas pela mídia, como ocorre, aliás, em outras partes do mundo. As decisões do *Federal Reserve* – Fed, o Banco Central Americano, por exemplo, são aguardadas por agentes econômicos do mundo inteiro, afetando todos os demais países. Essa atenção da mídia é tão grande que levou, inclusive, o Presidente Lula a, recentemente, cunhar mais uma de suas frases peculiares: “às vésperas da reunião do Copom o país vive uma tensão pré-Copom”. (GONÇALVES e GUIMARÃES)

Em *Ombudsman – O relógio de Pascal*, Caio Túlio Costa entrevista Mário Vitor Santos, *ombudsman* da *Folha de S. Paulo* entre setembro de 1991 e o mesmo mês de 1993. Segundo Costa,

Mário Vitor considera que, durante sua experiência de ouvidor, o jornalismo foi usado como instrumento de conscientização do projeto neoliberal e, com tudo isso, perdeu inteiramente a isenção. Acha que não conseguiu nem poderia evitar isso. (COSTA, 2006, p. 249)

O processo de instrumentalização da imprensa para o desenvolvimento do neoliberalismo está ligado ainda, segundo Lene, ao padrão editorial de excelência encontrado no exterior:

Os padrões ideológicos do jornalismo, oriundos dessas teorias, são moldados em boa parte pelos seis grandes jornais do mundo ocidental e pelas duas ou três revistas de circulação mundial: *New York Times*, *Washington Post*, *Le Monde*, *The Guardian*, *Financial Times* e *The Wall Street Journal*. Entre as revistas estão *Times* e *The Economist*. No jornalismo econômico, *The Economist* ocupa posição-chave, como geradora primária de ideologia, papel que assumiu como proposta editorial e por ser a revista transnacional por excelência, que é lida pela comunidade internacional de homens de negócios.

O traço ideológico mais geral e permanente desses padrões tem sido o da defesa da livre empresa na esfera econômica e da democracia liberal na esfera da política. Apesar de proclamarem independência editorial e objetividade, é natural que ocorra com frequência o colapso da objetividade nesses grandes veículos, especialmente durante as guerras e no tratamento das questões internacionais em geral, entre as quais economia. (LENE, 2006, p. 12)

3 Breve histórico do jornalismo econômico no Brasil

Nos anos 80, ajudamos a vender a morfina dos pacotes econômicos milagrosos. Desviamos a atenção nacional dos temas fundamentais, da educação, saúde, da gestão, da inovação, tudo trocado pela mística dos pacotes, pelo sebastianismo que atribuía a algumas pessoas o condão de transformar a vida nacional.

Nos anos 90 nos deixamos seduzir pela miragem da abertura financeira indiscriminada, pelos sofismas de que a criação de vulnerabilidade externa atrairia capital volátil, que, por si, atrairia o capital de investimento.

Ajudamos a vender o peixe de que, reduzindo a aposentadoria, os repasses para Estados e municípios, impondo um arrocho fiscal sem precedente, se abririam as portas do desenvolvimento para o país.

Muitas vezes deixamos de lado aspectos fundamentais da construção do país, o respeito ao seu povo, a compreensão da sua história, o entendimento da sua cultura, a análise dos seus personagens e agentes econômicos, tudo substituído pela superficialidade das análises diárias de mercado, tornando-nos portadores de uma racionalidade que jamais existiu nas mesas de operação.

Frequentemente abrimos mão do critério técnico, abdicamos da capacidade autônoma de análise, conferindo a procuração a analistas sem nenhum pingão de consistência ou meramente preocupados em defender interesses de sua clientela.

Há que exorcizar esse fiscalismo inconsequente que sufocou o país, a política monetária que sugou todo o recurso público para o pagamento de juros, o receio de investir contra mentiras estabelecidas.

Grande parte do desafio de romper com esse moto-contínuo da estagnação está nas mãos do jornalista econômico, em nossa capacidade de identificar novas idéias, de questionar o que não deu certo, de trazer à tona o pensamento inovador que, nos últimos anos, foi sufocado por uma visão financeira estreita da economia. (NASSIF)

O jornalismo econômico, da fundação do *Jornal do Commercio* até a década de 1950, é incipiente. Em 1920 é criada a *Gazeta Mercantil*. Nessa fase, o jornal é mimeografado e traz apenas notícias sobre mercados, empresas e cotações. Ainda na década de 1920, *O Estado de S. Paulo* publica uma coluna diária sobre economia, *Magnos problemas econômicos*, assinada por Cincinato Braga.

Nos anos 1930 o ex-presidente da Academia Brasileira de Letras (ABL), Austregésilo de Athayde, mantém uma coluna em *O Jornal* com comentários sobre o mercado de café. As matérias são publicadas em páginas espalhadas pelos jornais e tratam dos interesses de cafeicultores e dos poucos empresários.

Segundo Quintão(1987, p. 47), o desenvolvimento do jornalismo especializado em economia está ligado ao processo de desenvolvimento da economia brasileira a partir da

década de 1950. O jornalismo econômico “tem suas raízes no modelo desenvolvimentista do governo Juscelino Kubitschek”.

A grande imprensa discrimina os setores do comércio e da indústria. Para os editores, as matérias provenientes desses segmentos têm caráter promocional e devem ser tratadas como matérias pagas. Publica-se pequenas notas ou artigos isolados sobre produção, exportação, movimento de portos ou taxas cambiais.

A cobertura sistemática da atividade produtiva, então, fica a cargo dos jornais do comércio, editados pelas associações patronais dos estados. Esses jornais serão analisados mais à frente.

Pouco antes do final da Segunda Guerra, *O Estado de S. Paulo* sai de intervenção imposta pela ditadura Vargas e inicia um processo de reformulação editorial. O diário defende o liberalismo econômico, sendo contra a intervenção do Estado na economia e a favor da iniciativa privada.

Segundo Rabelo (2002, p. 74), o veículo da família Mesquita “sempre se caracterizou por uma postura que foi por muito tempo considerada anacrônica, tendo em vista o êxito das políticas keynesianas no capitalismo e o Planejamento Econômico nos países soviéticos”.

O Estadão contrata o jornalista alemão Frederico Heller. Doutor em Economia pela Universidade de Leipzig, Heller chega ao Brasil fugindo da perseguição nazista e começa a escrever artigos sobre economia no diário. Logo depois, o veículo passa a contar com o trabalho dos franceses Gilles Lapouge, que logo depois voltaria a Paris para ser correspondente; e Roberto Appy, que tem formação econômica no Centro de Altos Estudos Sociais e Econômicos de Paris.

Esse núcleo lança em 12 de junho de 1949, sob a responsabilidade do editor Cezar Costa, o *Suplemento Comercial e Industrial* de *O Estado de S. Paulo*, caderno formato tablóide com 12 páginas. Publicado até 28 de janeiro de 1964, o *Suplemento* “cobre com parcialidade todos os assuntos da área econômica no mundo, em matérias analíticas enviadas pelas agências estrangeiras – *France Press, Reuters, Ansa*, etc. – ou escritas por seus colunistas” (QUINTÃO, 1987, pp. 50-51).

Ainda segundo o autor,

O Suplemento não é apenas o primeiro o primeiro informativo de negócios do País com circulação regular, mas um veiculador doutrinário, liberal, anticomunista, com postura política bem delineada na área de economia, posição que é assumida na imprensa carioca em artigos esparsos pelo Professor Eugênio Gudin. (QUINTÃO, 1987, p. 51)

Também no início da década de 1950 a *Folha de S. Paulo* organiza repórteres para a cobertura exclusiva da economia. Carlos Freitas e Morel Marcondes Reis escrevem matérias analíticas. Morel ainda cobre o Porto de Santos. O *Última Hora* surge em 1951, e os colunistas Domar Campos, Inácio Rangel, Sidney Latim e Jesus Soares Pereira produzem artigos de análise econômica.

Até a metade da década de 1950, o noticiário econômico será mais fruto do colunismo que de reportagens. Trata-se de um jornalismo mais analítico que noticioso. Sua meta é influenciar a política econômica do país.

Nos governos Vargas e Kubitschek, a indústria nacional se desenvolve. Surgem a Companhia Siderúrgica Nacional, a Petrobrás, a Eletrobrás, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE, atual BNDES) e o Plano de Metas, que visa substituir as importações de bens de capital e bens de consumo duráveis.

O Estado investe na construção de estradas, a capital da República se transfere para Brasília, há a construção de usinas hidrelétricas.

O fortalecimento dos segmentos industriais e urbanos vai se refletir na imprensa, que introduz inovações tecnológicas em seu processo de produção. Surgem as seções de Economia nas páginas dos jornais, agora com a cobertura de fatos e ocorrências econômicas.

A *Folha de S. Paulo* cria o *Caderno de Economia e Finanças*, editado por Mauro Mazzeu Guimarães. Seu noticiário é preponderantemente voltado à agricultura, economia internacional, comércio e indústria. No fim dos anos 1950, os cariocas *O Jornal*, *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *Última Hora* e *Tribuna da Imprensa* já tem colunistas de economia. No *Correio da Manhã*, o noticiário econômico é feito por repórteres de cobertura geral. Em 1962, Pery Cota é o único repórter de Economia de *O Globo*.

Segundo Rosa Cristina Maia Palmeira, que entrevistou Cota,

A economia era o setor da redação no qual poucos se aventuravam. (...) “Todos consideravam o assunto muito chato e não interessava a ninguém”, conta Pery. Como era o único repórter de economia no *O Globo*, nos anos 60, ele era obrigado a ir a 17 órgãos do governo e empresas privadas. “Andava tanto a pé pelo Centro do Rio, na Federação das Indústrias, na Associação Comercial, passando pelo gabinete do Ministério da Fazenda, no Banco do Brasil, que ao final do mês já tinha gasto toda sola do sapato”, conta Pery (PALMEIRA, 1989, p. 19).

O espaço editorial para Economia no *Jornal do Brasil* aumenta com a reforma gráfica e editorial de 1958, levada a cabo por Odílio Costa Filho e Jânio de Freitas. Duas páginas, *Fatos Gerais e Econômicos*, ficam a cargo de Omer Monte Alegre.

No início dos anos 1960, a cobertura sistemática da Economia vai se delinear. A pouca especialização dos repórteres é fator objetivo para a haja troca de material entre os profissionais, evitando “furos”.

No Rio de Janeiro três irmãos, todos jornalistas, dominam nesta época o noticiário de economia: Ruy Rocha, edita a Seção de Economia da *Última Hora* e, depois, também no *Correio da Manhã*; Reinaldo Rocha, repórter da sucursal de *O Estado de S. Paulo*, junto com Lídio Mafra, cobrem economia também para *O Globo*; e Álvaro Rocha, para o *Jornal do Brasil*. Os três formam a chamada Rocha Press. Deles se diz que têm a metade do PIB brasileiro em salário e que os três decidem o destino de muitas notícias de economia e dos próprios noticiados. (...) Cobrem individualmente um, dois ou três subsetores e, no final da tarde, reúnem-se no Ministério da Fazenda para trocar entre si as informações colhidas. Qualquer repórter pode participar do “troca-troca”, desde que tenha matérias. (QUINTÃO, 1987, pp. 56-57)

O início da década de 1960 é marcado pelo acirramento político da sociedade, que levará ao golpe militar de 1964. Segundo Rabelo, há transformação na relação entre Estado e imprensa, introduzida por Roberto Campos.

Ao contrário dos governos anteriores, em que a relação com a imprensa era mantida pelos seus representantes propriamente políticos, o novo regime, cuja legitimidade se assenta no êxito econômico, passa a estruturar de forma permanente uma relação com a “área econômica” do governo. Isso vai ter início no Diário de Notícias, onde um dos editorialistas, Oliveira Bastos, veicula teses do Ministério do Planejamento, cujo primeiro ocupante é o embaixador Roberto Campos. (RABELO, 2002, p. 62).

O ministro cria o Instituto de Pesquisas e Estudos Aplicados (Ipea) e contrata 100 jornalistas para seu *Grupo de Redação*, que será chefiado por seu ex-assessor de imprensa na Embaixada Brasileira em Wahington, Nahum Sirotsky. Os jornalistas aliciados trabalham, nas redações de seus próprios jornais, divulgando matérias simpáticas à política econômica do regime e às idéias de Campos.

A manipulação da imprensa por diferentes lados dentro do Governo é constante. Caldas cita o exemplo de disputa pela presidência do Banco Central, em 1966:

Quando o general Costa e Silva assumiu, em 1967, seu superministro Delfim Netto queria indicar o amigo e sócio Ruy Leme para a presidência do Banco Central. Foi fácil: manipulada por Delfim, a imprensa começou a publicar suspeitas de que os integrantes da equipe econômica do general Castello Branco – Roberto Campos, Otávio Gouvêa de Bulhões e Denio Nogueira, este presidente do BC – teriam tirado proveito pessoal de uma

desvalorização cambial. Foi instalada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) na Câmara dos Deputados e a diretoria do BC acabou afastada. (CALDAS, 2003, p. 16)

A Assessoria de Imprensa de Roberto Campos cria, na *TV Rio*, o programa *O assunto é política*, embora a discussão se dê em torno de temas econômicos. O programa será ancorado por Heron Domingues e mantido com publicidade de empresas privadas.

O sucesso obtido por Roberto Campos junto a imprensa leva quase todos os órgãos de governo a criarem suas respectivas assessorias de imprensa. O discurso é dirigido à classe média, cuja renda cresce, e aos segmentos com poder de barganha.

O crescimento econômico obtido pelo “Milagre Econômico”, termo usado pela primeira vez em artigo da *The Economist* que compara as taxas de crescimento do Brasil com as de Alemanha, Japão e Coréia, vira tema de encontros e seminários.

As páginas de política emagreciam na mesma proporção em que as de economia engordavam, indiretamente incentivadas pelos generais, ávidos em divulgar feitos do “milagre econômico” e da queda da inflação.

Há profissionalização dos repórteres, com a divisão de trabalho que passa a qualificá-los como “setoristas”.

A partir dos anos 1960, as editorias de economia cresceram e o trabalho de apuração começou a ser segmentado por setores econômicos específicos. Assim nasceu a especialização: repórteres que cobriam exclusivamente a Petrobrás, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Bolsa de Valores, o Banco Central, o Ministério da Fazenda, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a indústria naval, o comércio exterior, a economia do café, etc. “A especialização crescente teve o mérito de preparar e qualificar os jornalistas, que passaram a conhecer e entender melhor os mecanismos internos dos diversos setores econômicos” (CALDAS, 2003, p.18).

O *Correio da Manhã* cria o encarte *Diretor Econômico*, com 16 páginas diárias voltadas ao tratamento de negócios do mercado, iniciando o “jornalismo de negócios”. O suplemento é editado por Washington Novaes, Aloísio Biondi e Aloísio Santos.

Conhecedores dos mecanismos do mercado de capitais no mesmo momento em que as bolsas de valores do Rio de Janeiro e de São Paulo eram estimuladas pelo regime militar através de isenções fiscais, fazem com que o *Diretor* direcione a atenção de pequenos investidores para o mercado de capitais.

O número de sociedades anônimas de capital aberto sobe de 209 para 551 entre 1970 e 1971, ano em que ocorre o *boom* da bolsa do Rio. Ganhos elevados são seguidos por perdas também significativas, prejudicando principalmente os pequenos poupadores.

O *boom* traz perda de credibilidade para o suplemento do *Correio da Manhã*, já incompatibilizado com a ordem estabelecida. O *Diretor Econômico*, então, adota linha editorial crítica e denuncia as práticas contábeis manipuladoras, prática tanto das empresas quanto do Governo.

O regime militar usa a pressão econômica para sufocar jornais, e estrangula o *Correio da Manhã* após cortar verbas publicitárias oficiais e passar a ameaçar as empresas privadas que ousassem publicar anúncios no jornal. Antes de “morrer”, entretanto, o *Diretor* tem uma última iniciativa editorial de vulto.

Em 1972, o IBGE divulgou os números de dois censos: o de 1960, cujos dados são tabulados dez anos depois, e o de 1970. A comparação dos números nesse intervalo mostra aumento da renda do país, como apregoado pelos militares. Entretanto, a distribuição dessa riqueza piora.

É o que leva o presidente Médici a afirmar que “a economia vai bem, mas o povo vai mal”. Seu ministro da Fazenda, Antônio Delfim Netto, declara que “é preciso primeiro fazer crescer o bolo, para depois dividi-lo”.

Segundo Caldas, o *Jornal do Commercio* foi impedido de publicar um encarte sobre o tema:

O jornalista Aloísio Biondi era diretor de redação do carioca *Jornal do Commercio*, em 1972, em plena ditadura, mas quando já se tornara mais intenso o debate sobre concentração de renda no país. Biondi decidiu então fazer um caderno especial de crítica à política econômica do ministro da Fazenda, Delfim Netto. O caderno utilizava como fonte os próprios dados do censo do IBGE e sustentava-se nas análises de economistas opositores ao regime. Com uma dúzia de páginas, o caderno virou apenas uma montanha de papel inútil nos arredores da sede do jornal, na rua do Lavradio, Centro do Rio. Não foi distribuído e transformou-se no maior encalhe, produzido pela censura, da história do jornalismo brasileiro. Pressionado pelos generais, o presidente dos Diários Associados (que editava o *Jornal do Commercio*), senador João Calmon, acabou acatando “ordens superiores” e impediu a distribuição de um milhão de exemplares, que deveriam circular encartados em jornais dos Diários Associados em todo o Brasil. (CALDAS, 2003, pp. 15-16)

Entretanto, o assunto foi publicado na imprensa. Os jornais começam a debater a concentração de renda a partir de artigo do professor Albert Fischlow, do Ipea, contratado

durante a permanência de João Paulo dos Reis Veloso no Ministério do Planejamento, durante o governo Médici. Fischlow critica a política do Governo.

Segundo Carlos Alberto Sardenberg, o debate sobre a concentração de renda altera a relação entre o Governo e o jornalismo econômico.

A censura que se exercia no regime militar era muito mais branda no jornalismo econômico, até porque a maioria das notícias era positiva. Só depois de um certo tempo surgiu o debate sobre a questão da distribuição de renda, que começou a piorar, apesar do desenvolvimento acelerado. Mesmo assim, foi essa base econômica que permitiu ao regime militar ter o apoio da sociedade. (SARDENBERG, 1995)

Com o desaparecimento do *Diretor Econômico*, outros jornais multiplicam as páginas para a cobertura econômica. Começa-se a debater as correntes do pensamento econômico. Os temas passam a ser discutidos por articulistas e em editoriais.

Entre 1971 e 1974, a *Gazeta Mercantil* passa por reestruturação gráfica e editorial. O veículo vai quebrar o elo entre o jornalismo econômico e o discurso oficial.

Há forte liquidez internacional na década de 1970. As transnacionais começam a avançar sobre os setores econômicos passíveis de aquisição ao redor do planeta. Ocorre a expansão das agências de publicidade, que começam a ser cada vez mais importantes para a manutenção dos órgãos de imprensa.

A dependência da publicidade, cujas contas principais estão concentradas nas mãos de pequeno número de agências, aumenta a vulnerabilidade das empresas jornalísticas, ante as limitações de capital de giro e de tecnologia alternativa para a reprodução do capital próprio. (QUINTÃO, 1987, p. 86)

Os proprietários de empresas jornalísticas são chamados a participar da “política dos conglomerados” de Delfim Netto. No lançamento da *Revista Econômica* de 1972, o presidente do *Jornal do Brasil*, Manuel Francisco do Nascimento Brito, dá as seguintes declarações, colhidas por Quintão:

Vivemos em um mundo de grandes corporações e, uma vez que adotamos um modelo aberto para o desenvolvimento da economia nacional, a empresa privada brasileira terá que concorrer com os gigantes de outros países capitalistas ou com as organizações estatais de países socialistas, que freqüentam os mercados do comércio exterior, mobilizam capitais e realizam investimentos.

Em um mundo de gigantes não há lugar para os pequenos... Temos que crescer e crescer muito, no campo da iniciativa privada, para fazer face à concorrência internacional (...)

Cada vez se torna mais patente, entretanto, que os empresários e o Governo já tomaram consciência da necessidade de crescer, e isso se expressa pelo acentuado movimento de fusões e incorporações de empresas, por planificações globais de setores definidos, como o aço e a petroquímica, ou pelo desenvolvimento de setores dinâmicos, como o comércio exterior, onde o espírito das *trading-companies* (companhias de comércio que operam no mercado internacional) levará fatalmente à economia de escala. (NASCIMENTO BRITO apud QUINTÃO, 1987, pp. 88-89)

Essa nova realidade interfere na imprensa brasileira. Enquanto a *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* fazem financiamentos e modernizam seus parques gráficos, títulos como *Diário Carioca* e *Diário de Notícias* vão à falência.

Em *O Globo*, começa um processo de mudanças, quando o jornal passa a ser comandado por Evandro Carlos de Andrade. Roberto Marinho entrega a direção do veículo a Evandro para que este o reformule, tornando-o competitivo. A liderança da imprensa carioca até então está com o *Jornal do Brasil*.

Segundo Alzira Alves de Abreu,

O Globo era um jornal conservador que havia apoiado a derrubada do regime constitucional em 1964 e que não se renovara. Estava com uma imagem desgastada, era o jornal mais identificado com o regime militar e começara a perder leitores e espaço publicitário. Uma pesquisa encomendada pela direção do jornal em 1967 mostrou que a idade média dos leitores de *O Globo* era de 45 anos e não havia renovação. Isso significava que a expectativa de vida dos leitores era muito baixa e que em poucos anos o jornal tenderia a desaparecer. Além disso, continuava a ser um jornal que não tinha importância nacional, com um noticiário centrado na cidade do Rio de Janeiro. (ABREU, 2001, p. 4)

Uma das primeiras inovações de Evandro Carlos de Andrade é a contratação de Ismar Cardona no início de 1972. Ele vai organizar a editoria de economia. Para reestruturar e competir era preciso formar uma equipe mais profissional e dar uma nova orientação ao noticiário. Cardona inicia a montagem da nova editoria com a contratação de novos jornalistas. Em 1974, o jornal amplia sua atuação lançando o *Panorama Econômico*, caderno especial elaborado pela editoria de economia para competir com a *Revista Econômica* do JB.

O *Panorama Econômico* era editado uma vez por ano, e o primeiro número continha 232 páginas com grandes espaços dedicados à publicidade. Tornou-se rapidamente uma referência para todo o jornalismo econômico do período, introduziu reportagens e debates sobre temas que até então eram considerados da área política e em geral censurados, como o surgimento de novas lideranças sindicais, a reorganização do movimento sindical, a opinião de sociólogos e cientistas sociais com posições contrárias ao regime, como

Paul Singer, Leôncio Martins Rodrigues, Francisco de Oliveira e outros, que discutiram em suas páginas o novo sindicalismo que estava surgindo e fizeram análises críticas sobre a concentração de renda no Brasil e as desigualdades regionais. Esses temas sofriam a autocensura nos jornais comerciais de maior circulação da região centro sul do país. Para o primeiro número do Panorama Econômico George Vidor obteve uma entrevista com Juscelino Kubitschek, mas a direção da redação achou que não havia condições políticas para a sua publicação. Essa entrevista só foi publicada após a morte de Kubitschek em 1976. (ABREU, 2001, p. 9)

A criação da Embratel permite a transmissão imediata de informações no território nacional, abrindo novo espaço para as agências noticiosas. Ganham relevância as agências *JB*, *AE* e *OG*.

Em fins de 1979, o *Jornal da Tarde* de São Paulo, veículo do Grupo Estado, inicia uma experiência que terá fortes desdobramentos na imprensa nacional do período. Passa a investir pesadamente no chamado “Jornalismo de Serviço”, buscando aproximar-se das necessidades imediatas dos leitores. Luis Nassif é contratado para ser chefe de reportagem e pauteiro de economia.

Recebia uma editoria em crise, depois de ter contratado uma das mais conceituadas equipes de jornalistas econômicos da época. A equipe se desfizera. Antes de se desfazer, houve algumas tentativas de aproximar o noticiário do bolso do leitor. Mas ainda não havia se conseguido desenvolver a fórmula adequada. Até então, o jornalismo econômico se voltava exclusivamente para os iniciados: empresários, economistas e governo. (NASSIF, 2003, p. 11)

Outros temas se incorporam à pauta de economia, como questões ligadas a condomínio, seguro, financiamento habitacional. Um conjunto de temas que compõem o orçamento doméstico. O *Jornal da Tarde* consagra um padrão de jornalismo didático, com temas do dia-a-dia. As manchetes se dirigiam diretamente ao leitor, no modelo “entenda como se faz isso”.

São desse período dois movimentos nacionais relevantes que ajudei a organizar, em conjunto com a Ordem dos Advogados do Brasil, seção São Paulo: ações na justiça dos mutuários do BNH contra os reajustes das prestações; e dos aposentados contra um sub-reajuste das aposentadorias em dezembro de 1980. (NASSIF, 2003, p. 12)

A inflação começa a ser problema sério no país. As editorias de economia se adaptam aos novos tempos e especializam repórteres no segmento economia popular. “A Superintendência Nacional de Abastecimento (Sunab) e o também extinto Conselho

Interministerial de Preços (CIP), encarregados da fiscalização e reajustes de preços de alimentos e produtos industriais, tinham cobertura diária e obrigatória”. (CALDAS, 2003, p. 19). A cobertura da área de abastecimento é bem recebida pelos leitores. Suas notícias com frequência ganham chamada na primeira página.

O columnismo se modifica. De opinativo, passa a ser instrumento de organização do orçamento doméstico. Celso Ming idealiza uma coluna de serviços, cujo fio condutor é a inflação. Criada em 20 de julho de 1981 no *Jornal da Tarde*, a coluna tem periodicidade semanal e ocupa uma página inteira nas edições de segunda-feira, com o título *Confira seu dinheiro*. O leitor encontra informações que precisa para tentar organizar seu orçamento doméstico.

Outros jornais criam colunas semelhantes. Com as mudanças econômicas e o aumento da inflação, o noticiário é adaptado. O êxito leva com que a coluna de Ming vire caderno, que também é publicado às segundas-feiras. Celso chega a chefiar uma equipe de 15 repórteres. Após a edição do Plano Real e o controle da inflação, as colunas do gênero perdem força.

Além do grande público, o jornalismo econômico passa a produzir boletins e revistas, com vinculação às empresas de consultoria e assessoria, cuja função é levar estas a buscarem estratégias no enfrentamento à inflação.

Esse tipo de jornalismo econômico ganha força a partir de 1986. Além da criação de seções, colunas e páginas destinadas ao “serviço”, o crescimento O *Confira o seu dinheiro* passa a ser publicado em 28 jornais do país.

O motivo de sua expansão é o Plano Cruzado. Os jornais são obrigados a explicar as mudanças ocorridas no dia-a-dia de empresas e pessoas, quais as novas “regras do jogo” e os efeitos dos planos econômicos. O leitor precisa saber como sua vida será afetada.

A partir desse período, a crise fiscal do Estado começa a limitar os gastos governamentais. Isso reduz seu papel de anunciante, o que leva a sua perda de influência sobre a imprensa.

Os assinantes e anunciantes privados se transformam na principal base de sustentação das empresas jornalísticas. No período de transição política, entre 1985 e 1990, o próprio aparelho do Estado vai sendo gradativamente ocupado por defensores do neoliberalismo. Segundo Rabelo,

A questão mercadológica também ocupa lugar importante um lugar importante: na medida que o discurso neoliberal se torna a ideologia dominante, a manutenção do mercado de leitores ou sua ampliação só se

torna viável se houver adesão do jornal a esse tipo de discurso. (RABELO, 2002, p. 75)

Os problemas econômicos do país são atribuídos à longa intervenção do Estado na economia. Chegamos aos anos 1990, quando o neoliberalismo triunfa nas redações e editorias. Mesmo com a crise política que envolve o Governo Collor, o jornalismo econômico mantém-se alheio ao processo, defendendo o projeto econômico que começa a ser implantado no Brasil.

Começam as privatizações. O jornalismo econômico apóia o processo, ao publicar “exageros” em cargos e salários de estatais, bem como o “corporativismo”. A divulgação de experiências internacionais de privatização vai alavancar o processo. Vai motivar e ser fiadora do desmonte do Estado.

A defesa veemente da globalização como justificativa “neutra” das políticas neoliberais, pois seria algo “inevitável”, vinculado à “lógica do capital”, carece de qualquer fundamento científico. Ela dá ao jornalismo econômico uma espécie de “salvo-conduto” para considerar isenção e objetividade de análise como o apanágio da postura antiestado. (RABELO, 2002, p. 92)

Há interesse comercial nisso. Em entrevista a Armando Medeiros de Faria, Marco Antônio Rocha afirma que o ponto de vista dos donos dos veículos de comunicação é

quanto mais privatizada a economia maior o mercado publicitário, maior o potencial de faturamento. O mercado publicitário ainda é pequeno no Brasil. O tamanho do PIB permitiria um gasto publicitário provavelmente entre 4 e 5 vezes maior do que hoje. E muitos donos de veículos de comunicação atribuem isso ao fato da iniciativa privada não ocupar mais espaço. Apesar do tamanho da economia brasileira, a parte privada é pequena. Então, a expansão do setor privado permitiria uma expansão proporcional do mercado de anunciantes, incrementaria o mercado publicitário. O interesse e o objetivo dos empresários de comunicação está nisso. (ROCHA apud FARIA, 1999)

Além da publicidade, o empresariado jornalístico avança para outros setores. O interesse pela privatização surge a partir da diversificação de negócios experimentada pelos empresários do ramo. O avanço das telecomunicações entrelaçado com a informática, a rápida difusão de bens e serviços do complexo eletrônico alcança as empresas de comunicação. Há diversificação de produtos oferecidos e mobilização de novas estratégias para alcançar novas fatias de mercado.

A sociedade, de início, também apóia o processo de privatização. Segundo Nóbrega, isso ocorre porque há mudança na composição social da classe média:

A classe média brasileira já constitui a maioria da sociedade e provém essencialmente do setor privado. No passado, a classe média era minoria e se constituía basicamente de funcionários públicos e de empregados das empresas estatais. A nova classe média adquiriu novos valores. Tende a apoiar políticas como as de privatização e abertura da economia. Com ela, a sociedade se torna crescentemente mais conservadora. (NÓBREGA, 2000, p. 21)

A valorização excessiva do papel do economista torna-se um fenômeno geral. O enfoque dos assuntos econômicos ganha uma concepção tecnicista, na qual aspectos políticos, jurídicos, são ignorados na análise. Há uma falsa separação entre política e economia.

O Plano Real é apoiado por toda a imprensa. Segundo Carlos Eduardo Lins da Silva,

Os donos e gestores dos veículos de comunicação de massa aparentemente acreditaram com sinceridade que os primeiros anos do Plano Real seriam apenas o início de uma trajetória nacional de desenvolvimento sustentado capaz de levar o Brasil à tão sonhada situação de progresso contínuo, similar à experimentada por Espanha e Portugal.

Dessa vez, seus críticos não poderão acusar os "barões da mídia" (como a esquerda costumava chamar os proprietários dos meios de comunicação de massa) de hipocrisia: eles realmente concordavam com que seus editoriais diziam e investiram pesadamente (muitas vezes por meio de vultosos empréstimos em dólar, feitos provavelmente na convicção de que o câmbio permaneceria para sempre ou por longo tempo numa situação de quase paridade entre o real e a moeda americana) para atender a uma demanda que, calculava-se, continuaria a progredir em escala acelerada. (SILVA, 2005, p. 36)

As mudanças introduzidas no país pela queda da inflação, fruto do Plano Real, interferem no trabalho dos jornalistas, que têm de se adaptar à nova realidade. Em 1995, Rosvita Saueressig Laux afirma que

Nós tivemos muitos deslizos nesse primeiro ano do plano e continuamos utilizando raciocínios de uma economia indexada, inflacionada. Também cometemos erros de avaliação que até comprometem o trabalho e impedem que a sociedade brasileira tenha uma visão melhor do que poderá ser um país sem inflação, com um novo regime econômico em implantação.

Se alguém fizer um exame nas seções de economia dos jornais até a metade de 1994, verá pouquíssimos sinais de que ela se reaquecia – não a tratada em Brasília, mas a real, das empresas. O País começava a reagir, a sair do fundo do buraco. Tanto é que, quando apareceram os primeiros indicadores do IBGE registrando isso oficialmente, em meados do ano, foi uma surpresa geral para os jornalistas. (LAUX, 1995)

Outro problema é a cobertura, que têm de se transformar para atingir um maior quantidade de agentes econômicos.

Hoje, a sociedade tem um papel muito mais significativo como agente econômico e como ator político do que era antes. Ela é muito mais importante na mudança das relações. Antes o jornalismo econômico ouvia Brasília e meia dúzia de grandes empresários, além de alguns economistas – normalmente ligados ao governo ou aos grandes empresários, porque alto funcionário de governo, quando sai da área econômica, passa a aconselhar empresas.

Então, esse era o vício. As nossas fontes precisam mudar. Devemos ser mais atuantes em relação aos fatos que analisamos em jornal, tentando encontrar uma forma de ouvir mais a sociedade para saber aonde vai o País. Essa questão precisa ser discutida, por ser fundamental para que o espaço de economia dos jornais seja realmente útil a quem procura elementos capazes de auxiliar em suas decisões. (LAUX, 1995)

O noticiário é pautado por indicadores, resultados e opiniões do “mercado”, na verdade analistas do mercado financeiro. Isso explica o abandono ao pluralismo científico e ao debate de idéias. As correntes de pensamento críticas ao neoliberalismo são submetidas a um silêncio na imprensa.

O jornalismo econômico não é trabalho apenas dos grandes jornais. Ele também ocupa o noticiário de revistas de grande circulação, TV, rádio, Internet e boletins, *house organs* e revistas de entidades, empresas e fundações.

A Editora Abril cria as chamadas revistas técnicas, segmentadas por setores da economia e dirigidas às empresas. Entre os títulos estão *Química e derivados*, *Plásticos e embalagens*, *Máquinas e metais* e *Transportes modernos*. *Exame*, até hoje a principal revista de economia do país, nasce como encarte dessas publicações, em 1967. O sucesso obtido com sua veiculação faz com que se transforme em revista. Atualmente existem diversos títulos, com coberturas específicas ou do conjunto da economia.

Na TV, o jornalismo econômico se consolida na década de 1970. Agora, não mais sob o jugo de Roberto Campos.

Em 1970, o dono da *Folha de S. Paulo* e da *TV Gazeta*, Otávio Frias, convida um ex-comentarista de futebol e então colunista da *Folha de S. Paulo*, Joelmir Beting, para conduzir um novo programa de economia na TV. Segundo Caldas, o motivo é a popularização do mercado financeiro.

Com o crescimento do mercado financeiro e do movimento de compra e venda de ações (...), as emissoras começaram a perceber no jornalismo econômico de serviços um bom filão de mercado, atração sob medida para

telespectadores ávidos por informações e análises de tendências capazes de aumentar os lucros de seus investimentos. (CALDAS, 2003, p. 21)

A *TV Cultura* de São Paulo também cria seu programa de comentários e análises econômicas, ancorado por Marco Antonio Rocha. Quatro anos depois, em 1974, a *Globo* contrata Marco Antônio. O público de TV abrange diferentes classes sociais. Portanto, uma linguagem inteligível para diferentes níveis de escolaridade é obrigatória.

A preocupação de Joelmir Beting com a explicação didática dos assuntos tratados e a popularidade de seu programa lhe valem o apelido de “Chacrinha da Economia”. Ele leva ao ar um programa semanal de duas horas, entre as 21h e 23h, com o nome “Multiplicação do Dinheiro”. Beting convida dois economistas para uma espécie de mesa-redonda, Miguel Colassuono e Eduardo Suplicy.

Já Marco Antônio Rocha faz seus comentários econômicos em inserções nos noticiários da *Globo*. A falta de familiaridade do grande público com assuntos econômicos faz com que as explicações sejam bem detalhadas:

O formato tentava ajudar as pessoas a organizar suas economias. Quando era divulgado o índice de inflação, eu explicava seu significado para a vida das pessoas, como era feito o índice e seus desdobramentos na caderneta de poupança, no Fundo de garantia por tempo de Serviço (FGTS), no Imposto de Renda. Como a correção monetária indexava tudo na economia, todos os meses se repetiam essas informações. (ROCHA apud CALDAS, 2003, p. 23)

Segundo Rocha, o noticiário é pouco aprofundado:

Os comentários eram mais didáticos do que são hoje. Havia preocupação especial em levar para o homem comum uma linguagem muito simples, assuntos de seu universo e explicados com um didatismo quase de professor. Como o público era desinformado sobre economia, muitas vezes o comentário ficava só na explicação, não dava tempo para passar disso. (ROCHA apud CALDAS, 2003, p. 23)

No início da década de 1980, a *Gazeta Mercantil* e a *TV Bandeirantes* produzem o *Crítica e Autocrítica*, cujo ponto alto foi a entrevista com o ministro da Fazenda Dílson Funaro quando do lançamento do Plano Cruzado.

Hoje o jornalismo econômico na tevê é menos preocupado com a explicação didática e em prestar serviços, sendo mais focado na conjuntura e nos efeitos das sucessivas crises econômicas dos últimos quinze anos.

Os sucessivos acordos com o Fundo Monetário Internacional (FMI), as polêmicas sobre as taxas de juros, o crescimento ou a queda da produção industrial e agrícola, o salto da balança comercial, o aumento do desemprego, todos esses são assuntos que passaram a ser abordados, com naturalidade, nos principais telejornais do país. (CALDAS, 2003, p. 24)

O jornalismo econômico se consolida nas rádios a partir de emissoras exclusivamente noticiosas, como *CBN* e *Bandnews*. A *CBN* se destaca pelos boletins, como *Ética nos negócios* e *Mercado ético*. Conta com os comentaristas Carlos Alberto Sardenberg, Miriam Leitão e Mauro Halfeld. Seu principal diferencial é o noticiário *Valor Econômico na CBN*.

Já a *Bandnews* conta com uma equipe mais completa de colaboradores que se revezam durante a programação. São como colunistas, alguns com apenas uma inserção durante a semana. Carlos Alberto Júlio, em *Magia da Gestão*, trata de assuntos de educação executiva focada em alta gestão. Guilherme Barros, em *Negócios e Consumo*, cobre a área de mercado, com notícias de empresas. Luiz Carlos Mendonça de Barros comenta macroeconomia, assim como Carlos Lessa. Ana Lúcia Moretto traz informações sobre o mercado financeiro e Jaime Troiano trata do gerenciamento de marcas.

Todos os grandes *sites* nacionais (com destaque para *UOL*, *iG* e *Terra*) tem noticiário econômico e financeiro, com colunistas, índices e *blogs*. Destaque-se ainda o *Dinheiro Vivo*, comandado por Luís Nassif. O noticiário desses veículos tem tratamento diferenciado:

O usuário de jornal, rádio ou televisão consulta o veículo se e quando quiser. O usuário do jornalismo *on-line* precisa da informação como ferramenta de trabalho. Aptos a trabalhar, com a urgência necessária, com a informação capaz de mudar radicalmente a posição de um operador de mercado, invertendo a tendência de preço de um produto. (CALDAS, 2003, pp. 93-94)

As publicações empresariais, de circulação mensal, semanal ou quinzenal, surgem ainda na década de 1960. “Funcionam como ativadores dos negócios, ao fornecerem informações e análises atualizadas específicas sobre as oportunidades e condições de compra e venda de produtos básicos ou industrializados no país ou no exterior” (QUINTÃO, 187, p. 84). Um dos primeiros boletins é o *Copy Desk*, editado por Siqueira Campos, ex-repórter de Economia de *O Estado de S. Paulo*. Esses veículos se especializam ao longo do tempo e hoje publicam desde temas macroeconômicos à perfis.

Atualmente, entre outras publicações, o Conselho Federal de Economia (Cofecon) edita o *Jornal do Cofecon*, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) o *Indústria Brasileira*, o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) o *Boletim do Dieese*, a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) o *Boletim*

Informações FIPE, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) o *Desafios do Desenvolvimento*, e o Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi) o *Carta IEDI*.

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) publica vários títulos, como *Cadernos do Terceiro Setor* e *Página 22*, além do mais importante deste segmento: *Conjuntura Econômica*, lançada em 1947, faz o acompanhamento da conjuntura macroeconômica, elabora estudos setoriais e publica os mais variados índices de preços e dados econômicos.

Além da imprensa escrita de grande circulação não segmentada, o jornalismo de economia também tem seus veículos específicos. Vimos que o *Jornal do Commercio* foi criado em 1827, a *Gazeta Mercantil* em 1920 e que o noticiário econômico, durante certo tempo, será feito por jornais do comércio.

Pouco tempo depois de sua criação, o *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro ganha respeitabilidade. Em suas páginas são publicados artigos e poesias de intelectuais. Alguns ingressam no Conselho Editorial do veículo.

Entre seus colaboradores estão o Visconde do Rio Branco, Francisco Octaviano, José de Alencar, Homem de Mello e Joaquim Nabuco. O próprio Pedro II escrevia sob pseudônimo no jornal.

Os jornais do comércio surgem através da Associação Comercial de São Paulo, que edita o *Diário do Comércio*. O noticiário engloba outros setores. “Há um grupo de Jornais do Comércio de propriedade privada, mas que de economia só tem o título, pois fazem uma cobertura de assuntos gerais, como quaisquer outros grandes jornais” (QUINTÃO, 1987, p. 48).

Sua fonte de receita são editais de cartório, protestos, atas de assembleias, balanços de empresas ou comunicados empresariais ao público. Alguns títulos são *Diário Comercial* e *Monitor Mercantil*, no Rio de Janeiro; *Diário do Comércio e Indústria* (DCI), de São Paulo; *Diário do Comércio*, de Belo Horizonte; *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre; e *Jornal do Comércio*, de Recife.

O conservadorismo editorial e tecnológico desses veículos não encontra mais espaço com as transformações políticas e econômicas que começam a se processar na década de 1950. Inicia-se um processo de declínio financeiro. A defazagem tecnológica faz com que percam leitores e clientes comerciais, que os põe em decadência.

O processo é agravado por serem jornais de pequenos públicos leitores. “Em termos de tiragem, os jornais do comércio não chegam a estar entre os primeiros diários, embora o *Jornal do Commercio*, do Rio de Janeiro, e o *Jornal do Comércio*, de Recife, já tenham, no passado, registrado períodos de grandes edições” (QUINTÃO, 1987, p. 49).

Essa imprensa especializada só ganha importância com o conjunto de reformas por que a *Gazeta Mercantil* passa na década de 1970. Antes, o diário se limitava a veicular publicidade legal, editais, títulos protestados, pedidos de falências e concordatas, só interessava portanto a um público muito específico. Começou a publicar notícias organizadas por editoriais (nacional, indústria, agricultura, negócios, etc.), a exemplo de seus similares estrangeiros. A nova *Gazeta* se espelha no *Financial Times*.

O jornal cria o Fórum *Gazeta Mercantil*, composto por grandes empresários de São Paulo, órgão que colabora com a linha editorial do veículo com sugestões e críticas. Sua diferença passa a ser a análise independente do governo, como ocorre quando desmascara a manipulação sobre os índices de inflação de 1974 ou quando questiona o acordo nuclear entre Brasil e Alemanha.

Em 1978, documento do Fórum *Gazeta Mercantil* se torna o Manifesto dos Oito Empresários, que influencia a chamada “política de abertura” do regime militar.

Além da área editorial, o jornal traz inovações na parte tecnológica e gráfica. Cria seu Centro de Informações, que fornece dados para a redação e terceiros. Os dados são divididos em oito títulos gerais, de macroeconomia à microeconomia. E, em 1979, adota sistema de impressão simultâneo a laser, atingindo Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Porto Alegre e Curitiba. Em entrevista a Quintão, Luiz Fernando Levy afirma que “essa é a alternativa mais econômica e viável para vencer as grandes distâncias do país” (QUINTÃO, 1987, p. 81).

Entretanto, são recursos vultuosos:

O valor do capital investido na *Gazeta Mercantil* foi de certa importância, constituindo-se em um dos principais investimentos do Grupo Hebert Levy. Só na montagem da transmissão a laser foi gasto US\$ 1 milhão de dólares. Esses investimentos vão ter bons resultados, já que a receita anual do jornal evoluiu de US\$ 8,3 milhões em 1976 para US\$ 11,3 milhões em 1977 e US\$ 13,7 milhões em 1978. Nos dois anos seguintes, consta que a receita oscilou em torno de US\$ 15,5 milhões. (RABELO, 2002, p. 67)

O jornal passa a editar publicações especializadas, como o *Balanço Anual* das empresas, o *Balanço Financeiro* de bancos e mercado de capitais, *Administração e Serviços*, *As Maiores e Melhores* e um boletim semanal de negócios editado em inglês, o *Gazeta Mercantil, International Weekly Edition*, com circulação nos meios empresarial e financeiro de todo o mundo.

Em 1983 a *Gazeta Mercantil* lança o livro *FMI x Recessão*. Participam da feitura da obra economistas como João Manuel Cardoso de Mello, Luiz Gonzaga Belluzzo, Pedro

Malan, André Lara Resende, Dércio Munhoz, Luciano Coutinho, Paulo Nogueira Batista Jr., Carlos Lessa, Edmar Bacha e Paulo Rabello de Castro. O jornal chega a ser apontado pela revista *Fortune* como um dos mais respeitados jornais de economia do mundo.

O jornal da família Levy recebe aporte financeiro do Grupo Abril em 2000, quando surge o *Valor Econômico*. A concorrência com o novo jornal vai prejudicar ainda mais as já combalidas finanças do diário. Em 2003, a *Gazeta Mercantil* é vendida ao empresário Nelson Tanure. O jornal passa a viver período de descrédito.

Segundo Hérica Lene,

A sobrevivência da *Gazeta Mercantil* em longo prazo depende de sua capacidade de se capitalizar, se reestruturar e recuperar sua imagem. Um dos fatores que parecem cruciais para o alcance desse processo é a credibilidade que conquistou ao longo de oito décadas de existência e que foi colocado em xeque. (LENE, 2004, p. 195)

Lene pesquisou edições da *Gazeta* e comprova a crise do jornal pelo número de páginas ao longo do tempo.

O impacto da crise no jornal pode ser mensurado, inclusive, pela diminuição do número de páginas das edições observadas ao longo da análise de 30 edições dos anos de 2001, 2002 e 2003. As dez edições de 2001 tinham entre 40 e 50 páginas, sem contar com os suplementos. A edição de sexta-feira e fim de semana chegava a ter quase 70.

Em 2002, houve uma redução e a média verificada em dez edições foi de 39 páginas, de segunda a quinta-feira e de 46 às sextas-feiras e fim de semana. Em 2003, a média caiu para 35 de segunda a quinta-feira e para 40 na de sexta-feira e fim de semana. (LENE, 2004, p. 184)

O *Valor Econômico* surge já no período de crise do então octagenário jornal. É fruto de uma *joint-venture* entre o Globo e Folha. Seu design é elaborado a partir de concorrência internacional, e sua redação formada por profissionais formados na cultura da *Gazeta Mercantil*. Quando começa a circular, é apontado como o sucessor natural do antigo líder.

Os dois principais jornais especializados em economia ainda disputam este mercado editorial com dois outros competidores menores, o *Jornal do Commercio*, o mesmo de Plancher e Pedro II, e o *Diário Comércio, Indústria & Serviços* (DCI). Há outras publicações de menor circulação, como o *Monitor Mercantil* e o *Diário Comercial*. O DCI retorna às bancas de São Paulo em junho de 1999, com investimentos do ex-governador Orestes Quécia.

O fim das atividades da Bolsa de Valores do Rio de Janeiro leva o *Jornal do Commercio* a estabelecer-se em São Paulo para recuperar receita. É a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) que concentra todas as operações com ações das companhias de capital aberto, inclusive as com sede no Rio de Janeiro e que publicavam seus balanços no diário.

O jornal incorpora “Brasil” ao nome, pois agora é editado também em Brasília e Minas Gerais. No lançamento das edições São Paulo e Brasília, o *Jornal do Commercio Brasil* investiu cerca R\$ 1,5 milhão. As edições regionais têm páginas destinadas à cobertura local e são impressas nas próprias praças.

O DCI pretende-se o veículo do pequeno e médio empresário. Sua estratégia é reforçar os investimentos na capilarização dos temas abordados para fragmentar a cobertura setorial já praticada através de correspondentes espalhados pelas principais capitais brasileiras. Seu pressuposto é que existem hoje no país cerca de 4 milhões de pequenas e médias empresas que não se sentem representadas na grande imprensa.

Em entrevista a Amundsen Limeira, da revista *Negócios da Comunicação*, o diretor executivo da entidade Transparência Brasil Cláudio Weber Abramo afirma que “difícilmente algum outro jornal de economia substituirá o que foi a *Gazeta Mercantil*” (ABRAMO apud LIMEIRA, 2005).

O motivo seriam as novas tecnologias e a falta de debate macroeconômico:

A origem do problema, analisa Abramo, é que o jornal impresso de economia e negócios empacou diante da multiplicidade de mídias segmentadas, que por serem mais ágeis, cobririam o setor com mais eficiência. "Restaria a esses jornais a opção pela análise crítica e aprofundada da realidade brasileira, que não acontece porque já não existe mais mercado para isso e o empresário não vai além do seu negócio", critica o jornalista, ex-editor de economia da *Folha de S.Paulo*, ex-secretário executivo da *Gazeta Mercantil* e ex-editor do *Valor Online*. (LIMEIRA, 2005)

Na mesma reportagem de Limeira, o economista Luiz Gonzaga Belluzzo afirma que o problema para a solidez comercial desses jornais é a taxa de crescimento do país.

Para o economista Luiz Gonzaga Belluzzo, o problema do jornalismo de economia e negócios no Brasil não é editorial e sim econômico mesmo. Até reconhece a competição da mídia eletrônica e dos serviços on-line, mas o principal, na sua avaliação é que "não há mais espaço, no Brasil, para um jornal nos moldes editoriais da antiga *Gazeta*", que cresceu na mesma época em que o País crescia a mais do que o dobro das taxas atuais. (LIMEIRA, 2005)

4 O “Economês”

Tradição e parentesco entre palavras ligam os conceitos de linguagem e de língua. Linguagem seria um subsistema de uso da língua, subconjunto de itens do dicionário e subconjunto de regras de determinado idioma selecionados para emprego em situação particular: a solenidade dos oradores, o formalismo dos burocratas, a obscuridade planejada dos médicos, dos economistas.

Por dois bons motivos, este conceito restrito de linguagem não nos serve aqui: A) As leis mais gerais da linguagem jornalística são comuns a muitos idiomas, por ser o jornalismo prática social transfronteiras; B) A linguagem jornalística mobiliza outros sistemas simbólicos além da comunicação lingüística. (LAGE, 1985, p. 5)

Juliano Basile cobre o Poder Judiciário desde 1997. Já passou pelas redações da *Folha de S. Paulo* e da *Gazeta Mercantil*. Atualmente repórter da sucursal de Brasília do *Valor Econômico*, ele afirma em *Jornalistas e juízes: em busca do cidadão que*

a linguagem jurídica dificulta o acesso da população ao Direito. Faz do Direito uma casta que poucas pessoas podem compreender. Por tabela, dificulta o trabalho do jornalista. Acaba por exigir maior especialização. O jornalista deve conhecer a linguagem do direito para saber explicá-la ao grande público. (BASILE, 2006, p. 244)

O mesmo pode ser dito sobre a linguagem da Economia. À primeira leitura, poucos entendem termos como *hedge funds*, *private equity firms* ou *spread bancário*. Termos que, entre outros, compõem o chamado “Economês”.

O texto que contém esse tipo de palavras, que não permitem o entendimento do leitor, seria, como afirma Nilson Lage em *Linguagem jornalística*, uma agressão à própria finalidade do jornalismo:

Enquanto, na literatura, a forma é compreendida como portadora, em si, de informação estética, em jornalismo a ênfase desloca-se para os conteúdos, para o que é informado. O jornalismo se propõe processar informação em escala industrial e para consumo imediato. As variáveis formais devem ser reduzidas, portanto, mais radicalmente do que na literatura.

Isto pode ser conseguido de várias maneiras. Requerimentos e cartas comerciais são exemplos de textos que suprimiram variações significativas através de fórmulas congeladas que, com o tempo, chegam a se diferenciar da língua corrente, como rituais em cujo sentido ninguém presta atenção. Para impedir que isso ocorra com o texto jornalístico, ele precisa ser submetido constantemente à crítica, que remove o entulho e repõe vida nas palavras. (LAGE, 1985, p. 35)

A linguagem jornalística deveria ser restringida por influência de três fatores: “(1), os *registros de linguagem*, (2) o *processo de comunicação* e (3) os *compromissos ideológicos*”. (LAGE, 1985, p. 36).

O registro de linguagem ocorre pela língua nacional não ser homogênea, ela abarca usos regionais e discursos especializados. Há dois registros principais, o formal e o coloquial. Para a eficiência da comunicação, o registro coloquial seria preferível. Mas o jornalismo sofre a pressão social pela formalidade, de onde resulta uma conciliação:

A conciliação desses dois interesses – de uma comunicação eficiente e de aceitação social – resulta na restrição fundamental a que está sujeita a linguagem jornalística: ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal (LAGE, 1985, p. 38).

Assim, embora resguarde o seu caráter social e uniformidade, a língua não deixa de manifestar sua diversidade, os diferentes registros e níveis a que está sujeita pelos fatores extralingüísticos que se sobrepõem à norma comum. Diferenças geográficas, históricas, sociais, contextuais marcam as variações da linguagem.

Por isso, algumas regras da comunicação no jornalismo, como a eliminação de adjetivos e da subjetividade, perdem-se por certas vezes. Isso ocorre na construção do chamado mito retórico, quando são expostos os compromissos ideológicos do jornalismo.

Ambigüidades raciais – *morena, escurinha, nega* –, econômicas – *empresários (não capitalistas), classes produtoras* – e familiares – *tio, padrinho* – são construções míticas, necessariamente ambíguas, que servem à preservação da ordem social. (LAGE, 1985, p. 45)

É o que se nota no noticiário econômico quando encontramos termos como “ortodoxo”, “heterodoxo”, “ultrapassado”, “jurássico”, “arrocho”, “monetarista”, “fiscalista”, “miope” e “fantasioso”, entre outros. Geralmente, essas palavras são usadas para desqualificar uma opinião divergente nos debates sobre a estratégia de desenvolvimento do país, a taxa de juros, o sistema tributário e a política cambial. É no noticiário macroeconômico, sobre as políticas governamentais, que o uso de adjetivos mais aparece. A construção de “verdades”, através da “racionalidade econômica”, é a forma de disputar a consciência e o posicionamento do leitor:

A construção da verdade passa pela linguagem, que fornece os termos pelos quais o mundo passa a ser conhecido. Sistemas de valores, conceitos e

mesmo noções aparentemente simples sobre as coisas e fatos do dia-a-dia se tornam a base do sistema sobre o qual os vários discursos – como o social, o político, o econômico e o cultural – são construídos. (LENE, 2006, p. 5)

Segundo Quintão, a origem do “Economês” está na relação entre repórter e regime militar.

Há uma evidente constatação de que, de maneira geral, os jornalistas não estão preparados para assumir o controle da informação econômica na forma como ela é apresentada pelo regime político autoritário, dependente e associado do capital estrangeiro, que constrói um discurso ideológico sustentado numa linguagem hermética e academicista. (QUINTÃO, 1987, p. 100)

A linguagem da tecnocracia ganha espaço através de artigos e relatórios que serão absorvidos pela imprensa como pautas para o noticiário. Começa com documentos da Comissão Especial para a América Latina (Cepal), a Organização das Nações Unidas para a Agricultura (FAO), a Agência de Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos (Usaid), a Organização Internacional do Trabalho (OIT), o Banco Mundial (Bird) e o Fundo Monetário Internacional (FMI).

A qualificação acadêmica de brasileiros que compõem as estruturas do Governo e da iniciativa privada, muitas vezes feita em universidades e organismos multilaterais no exterior, vai importar esse tipo de linguagem ao Brasil, passando a ser lugar comum nas consultorias, bancos de investimento, universidades e órgãos do governo.

Como tais setores são as principais fontes do jornalismo econômico, o repórter passa a conviver com esses termos. Se o repórter não entende as informações que chegam a ele, obviamente não produzirá um texto inteligível pra seus leitores.

Por isso Suely Caldas, repórter da área de Economia há décadas, critica os próprios jornalistas pelo noticiário eivado de “Economês”. Para ela,

A linguagem jornalística é uma só. O texto sobre o déficit fiscal do governo deve ter a mesma simplicidade, objetividade e clareza de outro que descreve um confronto entre policiais e traficantes na favela (...) O que muda é apenas o tema. Se o leitor não entender o que leu, é porque o jornalista não cumpriu sua função básica de informar. Escreveu como se fosse um burocrata e não como um bom repórter. (CALDAS, 2003, pp. 9-10)

Rolf Kuntz, em artigo intitulado *Quelle língua ist this one?*, corrobora com a visão de Caldas. Kuntz afirma que o problema ultrapassa o uso do “Economês”. A linguagem do noticiário seria uma manifestação de preguiça, apego à rotina e má formação profissional.

A linguagem do jornalismo econômico é muito estranha, sim, e não por causa do famigerado economês. O idioma dos cadernos de Economia é muito menos técnico do que se diz. É infinitamente mais próximo da fala comum do que o código usado em matérias sobre turfe, tênis ou informática (...). O problema do material econômico não é a especialização, mas a deformidade. A linguagem é feia e repleta de vícios. É um produto da combinação da preguiça, principalmente dos chefes, com a precária formação dos jovens profissionais. (KUNTZ, 2006a)

A falta de qualificação profissional leva a erros primários:

Bobagem semelhante aparece com regularidade no material sobre atividade da indústria. Frases como "no mês passado a capacidade instalada foi 84,2%", em vez de "a indústria utilizou 84,2% da capacidade instalada", denotam escandaloso amadorismo. Além do mais, aquela frase não tem sentido e nenhum editor parece perceber a barbaridade. Na melhor hipótese, é um ultrajante defeito de acabamento. Na pior, é uma preocupante demonstração de despreparo. (KUNTZ, 2005)

A setorização da cobertura teria sido outro fator para a massificação da linguagem usada pelo jornalismo econômico. “Esse pessoal (...) opera com um discurso ritualizado nas teorias e práticas da análise da Economia, que se expressa numa linguagem eivada de categorias ou conceitos econômicos, palavras estrangeiras, neologismos, jargões, siglas e índices” (QUINTÃO, 1987, p. 101).

São palavras e expressões estrangeiras incorporadas ao noticiário nesse período: “*performance, off shore, spread, flat flee, turn over, roll over, hot money, fresh the record, stop and go, thanch, briefing, syndicated loan, gap, fast breeder, jumbo loan, management, libor, prime rate, release, cash-flow, blue-chips, interbank rate e full disclosure*”, (QUINTÃO, 1987, p. 105).

Entre as siglas, INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor), IPA (Instituto de Pesquisas Agronômicas), ICC (Índice de Confiança do Consumidor), UPC (Unidade Padrão de Capital), ORTN (Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional), LTN (Letras do Tesouro Nacional), IGP (Índices Gerais de Preço), INP (Índice Nacional de Preços), DNPM (Departamento Nacional de Produção Mineral), DNOCS (Departamento Nacional de Obras Contra as Secas), IAA (Instituto do Alcool e do Açúcar), ECT (Empresa de Correios e Telégrafos), Serpro (Serviço de Processamento de dados), FAO (Organização das Nações

Unidas para a Agricultura), Unctad (na tradução, Organização das Nações Unidas para o Comércio de Produtos Básicos), USAID (na tradução, Agência de Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos), GM (General Motors), VW (Volkswagen Wolfcraft), BNH (Banco Nacional da Habitação), BB (Banco do Brasil), BC (Banco Central), CEF (Caixa Econômica Federal), MME (Ministério de Minas e Energia), Sunab (Superintendencia Nacional do Abastecimento), Sudene (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste), Sudam (Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia), Incra (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária), CVM (Comissão de Valores Mobiliários) e AEB (Associação dos Exportadores Brasileiros).

A mais recente, presente na página de todos os jornais, é a PAC, do Programa de Aceleração do Crescimento.

Os estrangeirismos alteram a construção dos textos:

O dólar subia ou caía, valorizava-se ou desvalorizava-se, quando se escrevia em português, Hoje em dia o dólar opera em baixa ou em alta, assim como o índice Bovespa. Ora, dólar não opera. O mercado opera, vá lá, mas não a moeda, nem o índice. Naquela era remota, o Produto Interno Bruto aumentava ou diminuía, crescia ou encolhia, mas não registrava crescimento nem redução. PIB não registra. A contabilidade nacional pode registrar a variação das chamadas grandezas macroeconômicas. As grandezas simplesmente variam ou não variam. (KUNTZ, 2006a)

Kuntz cria o neologismo “portunglês” para qualificar o noticiário atual:

A última novidade do portunglês é a expressão “mais cedo”. Dizia-se ou escrevia-se na antiguidade: “O presidente da República discutiu a nova MP com o ministro da Fazenda durante o almoço. Antes (ou antes disso) havia recebido o embaixador da Bulgária”. Na modernidade a linguagem é outra: “O presidente da República (...). Mais cedo, recebeu o embaixador da Bulgária”. Pode-se apenas conjecturar sobre o início dessa onda. Alguém deve ter traduzido *earlier* como “mais cedo”, em vez de usar o tradicional “ante disso”. A bobagem pegou. Boas idéias não pegam ou só pegam depois de décadas ou séculos. (KUNTZ, 2006a)

O crescimento e a sofisticação do mercado financeiro na década de 1970 é o fator que sedimenta definitivamente o uso dessa linguagem. O noticiário incorpora de vez os jargões usados pelas fontes de informação, mas desconhecidas do leitor comum.

Algumas, é certo, de tão corriqueiras no período de hiperinflação, como as operações *overnight*, caíram na fala popular. Na página dedicada à indústria naval era comum ver publicada a expressão *roll-on-off* (tipo de embarcação

com esteira rolante, especializada em transporte de veículos) ou empresa *off-shore* (fora do país). Junto com tantas outras, essas expressões passaram a proliferar no noticiário de economia, sem a devida preocupação da parte dos jornalistas de traduzi-las para seus leitores. (CALDAS, 2003, p. 27)

Carlos Alberto Sardenberg vê ao menos um ponto positivo no processo. Em determinados momentos, o “Economês” foi usado para que certos assuntos escapassem da censura. Entretanto, para que isso ocorresse o texto não seria inteligível para todos.

Se alguém escrevesse que o regime estava baseado numa política de arrocho salarial, provavelmente seria censurado. Mas, se dissesse que estava baseado na contenção do fator trabalho, passava. É a mesma coisa, mas a segunda alternativa é inteligível a um público mais restrito. (SARDENBERG, 1995)

A partir da década de 1980, o leitor passa a conviver com novas expressões, que serão consolidadas e estarão presentes no noticiário atual, como ajuste fiscal, superávit primário e déficit nominal. São expressões usadas para designar equilíbrio, desequilíbrio e busca de ajuste nas contas do poder público.

Recentemente ganharam espaço no noticiário os termos *hedge funds*, *privaty equity firms* e *carry trade*.

Hedge funds são fundos de investimento que trabalham com derivativos (carteiras de renda variável, que não acompanham necessariamente taxas de juros). Teoricamente, devem ser fundos com a função de proteger o investidor contra uma oscilação indesejada de preços nos ativos. Porém, muitos ampliam os riscos.

As *private equity firms* são empresas de investimento que reúnem investidores de grande porte. Elas investem em empresas que ainda não têm ações em bolsas de valores. O gestor da carteira (quem controla o dinheiro investido) procura empresas com perspectivas promissoras de crescimento e lucro. O lucro vem se a empresa obtém sucesso e lança ações em Bolsas de Valores, pela valorização das ações. O risco é a empresa não conseguir o desempenho esperado.

As operações *carry trade* são estratégias de investimento ancoradas na taxa básica de juros do Japão. Como o país oriental mantém seus juros quase zerados há anos, operadores do mercado financeiro tomam dinheiro emprestado no país para investi-lo em títulos da dívida pública de países com taxas de juros elevadas, como Brasil e Turquia. O retorno (ganho financeiro) é elevado.

O “Economês” é majoritário no noticiário, mas dois profissionais se destacaram no meio jornalístico por utilizarem uma linguagem mais acessível ao grande público: Aloísio Biondi e Joelmir Beting.

Aloísio Biondi é um dos responsáveis pela popularização dos investimentos em bolsas de valores no Brasil, quando editou o *Director Econômico*. Quando faleceu, em 2000, o colunista da *Folha de S. Paulo* Jânio de Freitas escreveu a seu respeito que “Biondi não frequentava ministérios, bancos, gabinetes estatais, rodas de grandes empresários. E, no entanto, jamais um jornalista soube de modo tão completo quanto ele, e duvido que algum dia outro venha a saber, o sentido real, os pormenores e as consequências das decisões econômicas e monetárias”. Em entrevista à revista *Caros Amigos*, Biondi afirma que “escrever português” lhe rendeu boas matérias:

Na década de 60, tinha a história de que você não podia escrever em economês. Até uma vez eu estava na *Veja*, em 1969, já tinha saído da *Visão*, onde fazia matérias de capa contra a política econômica do Delfim, e o Delfim não gostava muito de mim naquela época, e fui para a *Veja* ser editor de mercado de capitais, uma coisa de que teoricamente eu podia falar, a bolsa estava no auge e tal. E o Roberto Civita começou a insistir que eu assumisse também a editoria de economia. Eu dizia: "Não vai dar certo, porque não vou falar que tem milagre". E ele: "Vai dar, sim" etc. E eu até brincava dizendo que a sorte dos ministros e dos donos de revista e jornal era que o povo não entendia o que estava escrito ali. Quando escrevesse em português... e aí tive prova disso quando o Banco Mundial recusou um empréstimo para o grupo Hanna fazer um ramal no porto de Sepetiba – que é uma coisa que vai dar de novo uma grande tragédia, porque é totalmente antieconômico – e o governo brasileiro liberou o dinheiro para esse grupo fazer o ramal. Eu sabia que era antieconômico, tinha parecer do Banco Mundial contra, dizendo que a Central do Brasil ia subsidiar a mineradora. E no meu texto abri um travessão só: "subsidiar, isto é, a Central do Brasil vai ter prejuízo para a Hanna ter lucro", e fechei. Na segunda-feira, o Roberto me chamou: "Será que toda semana tenho de abrir a revista e me irritar?" Eu falei: "Ué, vocês dizem que não é para escrever em economês; em segundo lugar, avisei que, quando começasse a escrever em português, as pessoas iam entender e ia ser diferente; em terceiro lugar, também não vou abrir a revista e me envergonhar, então não dá. Volto para o mercado de capitais". E voltei para o mercado de capitais. (BIONDI apud CAROS AMIGOS)

Segundo Biondi, a maioria dos jornalistas econômicos não fazia o mesmo para agradar às fontes:

Na época do Simonsen, ele não falava “nível”, falava “patamar”. Então todo jornalista escrevia: “O patamar...”. Quer dizer, achavam: “Já posso ir no almoço do Clube Nacional, porque já sou da tchurma”. Acontece muito isso, o jornalista econômico introjeta, acaba se sentindo parte do sistema. E, de modo geral, acho que neste momento há uma dificuldade da equipe

econômica e dos jornalistas econômicos em aceitar a realidade. Porque, depois da crise asiática, os textos são todos iguais. (BIONDI apud CAROS AMIGOS)

Em “O homem que rima números”, Ricardo Galuppo afirma que Joelmir Beting

não simplifica os temas, ele esclarece. As frases escritas por Beting têm métrica e rimas. Os textos são guiados por metáforas. "Para se fazer entender você precisa repetir uma mesma idéia até cansar. Por mais óbvia que ela seja", recomenda o jornalista, reproduzindo uma frase marcante que escutou em 5 de março de 1961. A lição é inesquecível porque Beting a ouviu do escritor Nelson Rodrigues, no estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. Foi Rodrigues quem ensinou a ele, na época repórter esportivo, essa fórmula que até hoje utiliza em seus textos. (GALUPPO, 1999, p. 96)

Sua influência é fruto de sua facilidade em estabelecer uma relação entre a estatística e a realidade. Beting tenta fazer-se próximo, simpático àquele que lê economia sem ser economista. Usa recursos que se casam com a linguagem do dia-a-dia do homem comum. Em *Joelmir Beting: Elo entre linguagens*, Sylvia Jorge Almeida Martins afirma que

Estudando os textos do economista, notamos, por entre a linguagem técnica comum da economia, marcas que singularizam a totalidade dos seus discursos. Regularidades como as metáforas, às vezes alegorias inteiras da linguagem futebolística, ou marítima, ou outra são mais familiares ao leitor comum - como é o leitor de jornais -; expressões populares, jogo de antíteses, a marcar definições extremadas na determinação de aspectos vigentes da economia brasileira, são traços, são singularidades que nos chamam a atenção no português de Joelmir.

A maneira de atuação desse enunciador, no momento da produção de seu discurso, difere normalmente de outros jornalistas de economia. Há uma intenção do autor na escolha de determinadas expressões. Ele busca o expressivo em oposição ao não-expressivo da linguagem técnica, que é o seu campo de atuação. (ALMEIDA MARTINS, 2005, p. 1)

Em *O discurso dos meios*, Carlos Vogt também elogia Beting:

Às vezes os jornais publicam matérias simplesmente ininteligíveis, onde o leitor não descobre do que se está falando, em razão do hermetismo das terminologias. O que Joelmir Betting faz é procurar trazer a linguagem ao nível da compreensão e, portanto, sensibilizar os conceitos – pelo uso constante de metáforas, com o objetivo de levar os conceitos à apreensão quase que intuitiva e emocional por parte do leitor. O jornalista obtém um sucesso enorme, sendo lido e ouvido por muita gente, porque consegue ser entendido. É uma forma diferente da que é usada pelos demais comentaristas. (VOGT)

5 A produção do noticiário

A informatização vem tomando conta das redações, não se limitando mais à digitação e ao arquivamento de dados, mas atingindo as próprias funções jornalísticas. Quem teve experiência em edição de jornais, há quatro ou cinco anos, hoje verá outro processo, completamente diferente. São funções novas criadas por paginadoras, máquinas digitais para processamento de fotografias etc. Isso gera tarefas e preocupações novas e está provocando uma reorganização interna nas redações. (BERABA)

Afonso de Albuquerque afirma, em *Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política*, que a crítica feita ao noticiário pouco leva em consideração as relações de trabalho dentro das empresas jornalísticas. A discussão em torno do tema da objetividade jornalística, por exemplo, não levaria em consideração esse que é um fator primordial para entender o noticiário.

O que se discute aqui é o fato de a crítica da cobertura da política se limitar apenas a fatores de cunho extra-jornalístico – como os interesses político/econômicos das organizações noticiosas – sem considerar mais profundamente questões relativas ao próprio processo de produção da notícia.

E que diferença isso faz? A não consideração de questões referentes à organização da produção da notícia e das concepções de noticiabilidade dos jornalistas impede que se discuta mais profundamente o próprio problema da manipulação da notícia. (ALBUQUERQUE, 1998, p. 12)

Já Marcelo Beraba, em *Os meios em discussão*, afirma que a modernização das redações fez com que a discussão em torno da qualidade dos jornais ficasse em segundo plano dentro das empresas jornalísticas.

A reorganização das redações gera uma perda de tempo muito grande para que seja repensada a qualidade do jornal. Em alguns momentos isso é bom, porque obriga a uma reflexão sobre o que está acontecendo – permite um debruçar sobre esse novo menu de assuntos –, mas em algumas ocasiões prejudica a rapidez requerida pelos processos jornalísticos. (BERABA)

As afirmações de Albuquerque e Beraba servem não apenas ao noticiário político ou à discussão da qualidade. Na verdade, refletem os atuais mecanismos da produção jornalística. Para Ciro Marcondes Filho, a discussão deve ser debitada ao avanço tecnológico:

No âmbito das relações entre comunicação e tecnologias, as novas tecnologias agem em dois planos: virtualizam o trabalho jornalístico

impresso e interferem radicalmente nos conteúdos (tanto explícitos quanto subentendidos nas novas técnicas). Em relação ao trabalho, o homem de redação, acostumado a escrever sobre o papel, a participar fisicamente do ambiente com os colegas, a ver seu produto “realizado” como um objeto jornal, passa a se submeter à lógica imaterial da tecnologia (mais difundida nos meios visuais) e a se adaptar à completa volatilização do ambiente de trabalho, do seu trabalho e do produto final “jornal”. (MARCONDES FILHO, 2002, pp. 30-31)

A sociabilidade do trabalho é alterada com a individualização e segmentação do processo produtivo. A troca de informações e o apoio entre os profissionais de uma mesma redação se perde. Há ainda recuo na função do repórter enquanto elaborador de uma matéria e realizador de uma cobertura.

O desaparecimento do ambiente humano de redação em que se escreviam as páginas de um jornal cria uma outra situação de trabalho (...) Desaparecem os eventos marginais da atividade (a consulta ao colega, a conversa relaxante, os eventuais apoios ou críticas, em suma, o clima – inconscientemente – solidário da atividade). Diante da tela, jornalistas estão hoje mais entregues a si mesmos. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 50)

Entretanto, até chegar o momento de escrever o texto na tela do computador, o sistema de produção do jornal já percorreu um caminho. Que começa com a pauta.

5.1 A pauta

A pauta surgiu com as magazines, organizando a produção jornalística e dando enfoques editoriais específicos. Em *A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística*, Nilson Lage (2004, p. 29) afirma que “as revistas, ao contrário de jornais, não têm o compromisso de cobrir todos os assuntos de sua área de abrangência: devem selecioná-los, sob pena de ter fantástico excesso de produção – e perda de investimento”.

Sua instituição como procedimento padronizado surge na *Time*, no início do século XX, chega ao Brasil pelas mãos de Samuel Wainer, Danton Jobim e Pompeu de Souza em meados dos anos 1950 e consolida-se, no *Jornal do Brasil*, no início da década de 1960. O crescimento dos jornais e das redações tinha tornado sua instituição necessária, para organizar o trabalho da equipe de reportagem.

A pauta generalizou-se nos jornais diários brasileiros na esteira da reforma editorial iniciada, na área gráfica, pela *Última Hora* e, na questão do

tratamento do texto, pelo *Diário Carioca*, do Rio de Janeiro – todos na década de 1950 (LAGE, 2004, p. 31)

Segundo Ricardo Kotscho, em *A prática da reportagem*, a introdução da pauta tornou o jornalista preguiçoso.

Se a pauta serviu para organizar e planejar melhor o jornal, de outro lado levou à acomodação do repórter, que aos poucos foi-se tornando uma figura passiva no processo, mero cumpridor de ordens cada vez mais detalhadas distribuídas pelas chefias. (KOTSCHO, 2003, p. 11)

Segundo Suely Caldas (2003, p. 47), a pauta geralmente é mais burocratizada do que deveria ser. “Cobre-se seminário de mais e faz-se reportagem de menos. Alegria do pauteiro é agenda cheia de acontecimentos. Na verdade, o jornal adquire prestígio, ganha leitores, é comentado e alcança repercussão quando contém assuntos exclusivos”. Para se diferenciar, então, o veículo deve investir na produção de material exclusivo, que pode ser obtido através da reportagem ou das colunas e artigos.

5.2 A crise da reportagem

Segundo Nilson Lage, a reportagem representa o modelo de jornalismo que deveria se impor nos veículos. Para ele,

O futuro do jornal parece estar mais ligado à reportagem. Esta palavra tem dois sentidos: por um lado, designa o setor das redações que trata da apuração e codificação de dados, em geral; por outro, um gênero jornalístico diferente da notícia por vários aspectos. O primeiro deles é que a reportagem não cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de *um assunto* conforme ângulo preestabelecido. (LAGE, 2004, p. 46)

A reportagem supõe um tipo de planejamento mais elaborado, embora sua elaboração também seja definida pela pauta.

A distância entre reportagem e notícia estabelece-se, na prática, a partir da *pauta*, isto é, do projeto de texto. Para as notícias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramento.

Os assuntos estão sempre disponíveis (a informação é matéria-prima abundante, como o ar, e não carente, como o petróleo) e podem ou não ser atualizados por um acontecimento.

A pauta deve indicar de que maneira o assunto será abordado, que tipo e quantas ilustrações, o tempo de apuração, os deslocamentos da equipe, o tamanho e até o estilo da matéria; para tudo isso, é preciso dispor de dados. (LAGE, 2003, p. 47)

Ao contrário do que afirma Lage, entretanto, esse gênero tem perdido espaço nos jornais. A constatação é corroborada por Junia Nogueira de Sá, *ombudsman* da *Folha de S. Paulo* entre setembro de 1993 e o mesmo mês do ano seguinte, em entrevista feita a Caio Túlio Costa para o livro *Ombudsman – O relógio de Pascal*.

Não apenas na *Folha*, não apenas nos jornais: acho que falta a chamada boa história, bem apurada e bem escrita. E falta reportagem porque falta, basicamente, investimento dos jornais: em conteúdo, na formação dos jornalistas e na formação de um público leitor exigente. (SÁ apud COSTA, 2006, p. 259)

O avanço tecnológico faz as redações cada vez mais enxutas, com profissionais reféns de manuais que ensinam a trabalhar com textos curtos e padronizados. Segundo Ciro Marcondes Filho, isso representa uma quebra no padrão do noticiário.

A *substituição do texto jornalístico clássico (compressão e redução lingüísticas)* trata da extensão da matéria publicada: privilegia-se a notícia curta, de três parágrafos, e o processo da produção de notícias dá mais espaço aos *drops* informativos em detrimento das matérias grandes. Mesmo as matérias mais extensas de três quartos de página, página inteira ou dupla são contaminadas por esse processo, pois não são construídas linearmente do ponto de vista narrativo, mas pela aglutinação de fragmentos. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 44)

Ulisses Capozolli, ex-repórter de *O Estado de S. Paulo* e presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), afirma em entrevista a Amundsen Limeira que a crise da reportagem surge na *Folha de S. Paulo*: “o Projeto Folha colocou a notícia na camisa de força dos módulos e do texto curto” (CAPOZOLLI apud LIMEIRA, 2006b).

Na época, o *Estadão* ficou à parte dessa movimentação da *Folha*, e durante um certo tempo ainda foi possível produzir reportagens especiais. Eu mesmo tive a oportunidade de fazer algumas nos anos 1990, até pouco antes da morte do doutor Júlio Mesquita, que era muito receptivo a matérias de abordagens mais amplas. (CAPOZOLLI apud LIMEIRA, 2006b)

A crise da reportagem é ainda maior no segmento de reportagens especiais, as mais prejudicadas pelo modelo de gestão das empresas jornalísticas (corte de pessoal, redução de custos e falta de investimentos).

Com o enxugamento das equipes, o repórter especial envolve-se com a produção do dia-a-dia e perde a possibilidade de ficar dias, semanas ou até meses na apuração de uma matéria. Ricardo Kotscho afirma a Limeira que este fator realmente prejudica a diferenciação entre os jornais, levando à padronização do noticiário.

"Não é que não haja reportagem especial na imprensa brasileira. Não tem é reportagem mesmo! Nos três maiores jornais do país a cobertura é toda igual. Não tem vida real, só editorial e colunista da primeira à última página", reclama Ricardo Kotscho. (KOTSCHO apud LIMEIRA, 2006b)

Assim, os jornais chegam às bancas com notícias que já foram lidas na Internet, vistas na TV ou ouvidas no rádio. Caio Túlio Costa afirma que há alta concentração na cobertura, o que leva à diminuição de notícias veiculadas:

O novo paradoxo do jornalismo identificado em 2006 é que há mais veículos de comunicação cobrindo cada vez menos notícias. Pesquisa do *Google News* o comprova: apenas 24 assuntos diferentes foram temas de 14 mil notícias. (COSTA, 2006, p. 213)

As novas tecnologias e o noticiário semelhante são fatores que levam à afirmação de que o produto jornal impresso está em crise. Para alterar esse descrédito, as empresas jornalísticas devem retomar o investimento na reportagem. É o que afirma Eleno Mendonça, ex-editor chefe de *O Estado de S. Paulo*:

Pressionados pela acentuada curva de queda de assinantes, mais dia menos dia os veículos terão que “redescobrir” a reportagem especial. Se acham que vão concorrer com Internet, rádio e televisão oferecendo noticiário comum, do dia-a-dia, estão redondamente enganados. Os jornais precisam investir no diferencial, em matérias especiais, analíticas, de maneira a oferecer ao leitor um algo mais. (MENDONÇA apud LIMEIRA, 2006b)

Há iniciativas nesse sentido. Segundo o repórter da *TV Globo* Caco Barcellos, autor dos livros-reportagem *Rota 66* e *Abusado*, “o público se identifica muito com a reportagem de fôlego, que trate da realidade. Tornou-se um produto de alto valor jornalístico e comercial” (BARCELLOS apud LIMEIRA, 2006b).

É o que ocorre, mesmo que de forma tímida, em *O Estado de S. Paulo*.

Sandro Vaia, diretor de redação de *O Estado de S. Paulo*, reconhece que a reportagem especial perdeu espaço nos meios de comunicação nos últimos anos, “um pouco por preguiça mesmo e um pouco também porque as empresas pararam de investir”. Depois desse período de baixa, em que não

conseguiu acompanhar a agilidade dos serviços de notícias online, repórteres especiais começam a ser treinados.

“Nossa equipe de repórteres especiais aumenta gradativamente”, diz Vaia. Dos 50 profissionais que trabalham diretamente na reportagem, oito estão nessa categoria. Além de dar um tratamento especial à cobertura dos temas tratados no dia-a-dia do jornal, a presença desses profissionais na redação deve servir de referência para a qualificação dos demais colegas. “O olhar diferenciado é o que torna o assunto especial”, ensina Sandro Vaia.

Vinculado diretamente à Secretaria de Redação, o núcleo de repórteres especiais do *Estadão*, embora formado por profissionais de salários duas vezes mais elevados em relação à média, não representa um peso no borderô da redação, como assegura Roberto Gazzi, editor-executivo do jornal. “Pelo retorno que traz para a empresa, o núcleo não custa muito”, justifica. (LIMEIRA, 2006b)

Na *Folha de S. Paulo*, o quadro é diferente, publica Limeira:

Na *Folha de S. Paulo*, o secretário de redação Vinicius Torres Freire explica que, na prática, a *Folha* não tem uma política definida para reportagem especial. No dia-a-dia do jornal, “especiais” são as preparadas com antecedência para as edições de domingo e de segunda-feira, dias tradicionalmente muito fracos de noticiário. As preocupações maiores do veículo, explica, são o furo e a informação completa e bem documentada.

“As melhores pautas, as mais novas e de maior interesse público e do leitor, merecerão a maior quantidade de tempo de apuração e de outros recursos, quando houver tempo e muitas vezes não há. Isto pode torná-las mais ‘especiais’, no sentido tradicional e vago de ‘mais elaboradas’. Mas a prioridade do jornal é oferecer ao leitor o maior número de assuntos inéditos e bem documentados”, reitera Freire. (LIMEIRA, 2006b)

A crise da reportagem, assim, leva os veículos a procurarem material exclusivo nas colunas e artigos. Quanto ao noticiário, resta a importância de destacar o trabalho dos repórteres. Que princípios esses profissionais deveriam seguir, como é sua relação com as fontes e sua qualificação, que discurso eles imprimem ao material que produzem.

5.3 O repórter e sua produção

Segundo Ciro Marcondes Filho, o repórter ocupa espaço importante na sociedade, pois transmite sua interpretação da realidade ao público leitor.

Jornalistas, como todas as pessoas, selecionam os fatos novos e os classificam a partir de seus próprios estereótipos. Assim, eles se tornam atores privilegiados na manutenção de idéias, verdadeiros *agentes conservadores da cultura*, visto que têm acesso a meios de divulgação em massa de suas idéias (e preconceitos). (MARCONDES FILHO, 2002, p. 109)

O repórter está viciado por clichês (fórmulas prontas, idéias mecanizadas sobre pessoas, atividades, profissões, posições políticas, etc.). Por isso Marcondes Filho (2002, p. 109) afirma que “o clichê constrói antecipadamente a notícia: jornalistas não partem para o mundo para conhecê-lo; ao contrário, eles têm seus modelos na cabeça e saem pelo mundo para reconhecê-los (e reforçá-los)”.

Se não pode se desvencilhar de seus próprios valores, de seus clichês, o repórter deve ao menos buscar a versão mais próxima da realidade. Consegue isso ao ouvir o maior número possível de pessoas envolvidas no fato que apura. Ao ouvir várias fontes, obtém um relato mais preciso sobre o fato. Dá oportunidade a todos os envolvidos para que se manifestem.

Segundo Juliano Basile,

Quando esse ritual é cumprido, a reportagem raramente é contestada. Mesmo que o leitor discorde da versão apresentada pelo jornalista, ele verá que todos os envolvidos puderam se manifestar. Ele compreenderá que o jornalista procurou garantir a todos o direito de se pronunciar sobre um fato que a eles envolve e interessa. (BASILE, 2006, p. 238)

O que ocorre, não raro, é que esta pluralidade é esquecida no dia-a-dia. Por isso Suely Caldas (2003, p. 82) critica os profissionais. “Os jornalistas também não têm cumprido sua parte. Ao receberem uma informação oficial, quando muito, procuram a opinião de consultores, economistas-chefes de bancos ou agentes do mercado financeiro, sobre uma determinada mediada do governo”.

Nilson Lage cita outro exemplo:

É conveniente ouvir mais de um especialista e variar os especialistas que se ouvem – evitando, por exemplo, que a interpretação de matérias sobre direito tributário seja sempre a de um assessor de grandes empresas, do governo ou de um grupo de sindicatos. (LAGE, 2004, p.68)

Segundo Tereza Cruvinel, em *Colunismo: análise, opinião e ética*, é seu dever constitucional e seu compromisso com os leitores evitar que isso ocorra:

Há uma singularidade no fato de que o jornalista é simultaneamente remunerado por um empregador privado mas está destinado a prestar um serviço público. Não tem a legitimidade do sufrágio mas tem a responsabilidade de atuar como agente da sociedade, com a qual possui uma espécie de contrato não formal, da qual recebe a delegação tácita para que lhe garanta o acesso à informação enquanto direito inscrito na maior parte das constituições democráticas do mundo. (CRUVINEL, 2006, pp. 217-218)

E, por ser o vínculo mais próximo entre a redação e o que ocorre no dia-a-dia, o repórter tem de ter iniciativa. Assim, deve ser incentivado e valorizado por um de seus superiores na escala organizativa das empresas jornalísticas: o pauteiro.

É o repórter o ator mais importante na complexa engrenagem montada para fazer um jornal. É ele quem vai para a rua, observa a vida, tem contato com as fontes de informação, vivencia os acontecimentos, imagina os desdobramentos, decide os próximos passos da cobertura. (...) As melhores pautas nascem do repórter. O bom pauteiro, sim, é aquele que sabe extrair do repórter assuntos que podem gerar o diferencial em relação à concorrência. O bom repórter é aquele que tem sempre uma pauta nova a propor. (CALDAS, 2003, p. 48)

Em *O estudo do economês nos jornais 'O Estado' e 'Correio do Estado' de Mato Grosso do Sul*, Kátia Cristina Francisco cita Aloísio Biondi para afirmar que parte das deficiências encontradas nos noticiários é provocada pelos repórteres.

Não acredito que as empresas digam a cada chefe de seção ou editor qual tratamento a ser dispensado a cada tema econômico que surja, embora determinadas áreas sejam tabus em determinados jornais. Quanto ao despreparo do profissional, seja pelas condições salariais, pela carga de trabalho, nem sempre o repórter tem condições de partir para o trabalho de análise e de estudo dos dados. Então a responsabilidade não é só da empresa, é do profissional também. (BIONDI apud FRANCISCO, 2006, p. 45)

Enfim, o repórter precisa de formação, treinamento e reciclagem. O que não vem sendo observado. É o que afirma o ex-ombudsman da *Folha de S. Paulo*, Marcelo Beraba:

As próprias organizações não vêm investindo na reciclagem de recursos humanos. As que começaram a fazer algo procuraram dar, inicialmente, cursos de treinamento para pessoal recém-formado, que já existem há algum tempo na maioria das grandes empresas. (...) Atualmente, trabalham a área de forma ainda incipiente e insuficiente. (BERABA)

Se estão próximas do modelo norte-americano de jornalismo na linha editorial, as empresas jornalísticas brasileiras não preparam seus quadros como as daquele país.

Nos Estados Unidos, num jornal médio, o profissional que está prestes a se tornar um editor recebe treinamentos intensivos para aprender como lidar com as pessoas, como prepará-las e tirar o melhor delas, como gerir um orçamento e como pensar o jornalismo. É uma coisa comum em vários países, mas nós não temos essa tradição. (BERABA)

Já Carlos Eduardo Lins da Silva afirma que:

Os jornais brasileiros, ao contrário de muitos entre os americanos, não se preocuparam (ou não tiveram condições de fazê-lo) em construir instituições capazes de garantir a melhoria progressiva e permanente da qualidade do jornalismo por meio de pesquisas, cursos, publicações. Desde o mestrado em jornalismo da Universidade Columbia até o Instituto Poynter, em Saint Petersburg, Flórida, são inúmeros os exemplos de projetos acadêmicos ou semi-acadêmicos bancados por empresas jornalísticas americanas, que ajudaram a garantir a boa qualidade e, em última instância, a prosperidade do negócio. (SILVA, 2005, p. 47)

Repórteres com formação deficiente produzem jornais com qualidade rebaixada. É o que afirma Marcio Moreira Alves, em *Desenvolvimento e jornalismo econômico*, sobre a crise cambial de 1999.

Não considero ter sido bem informado do estado real da economia ao longo dos últimos anos pelos colegas especializados. A débâcle de janeiro de 1999 não foi surpresa para mim, mas não fui prevenido pelos colegas, pelo menos os dos grandes jornais. Já não falo dos que militam em outros tipos de mídia, rádios e TVs, por serem necessariamente mais superficiais e efêmeros. Os anúncios que recebi vieram sobretudo, de políticos com experiência na matéria, como Maria da Conceição Tavares, Delfim Neto e Ciro Gomes, e de jornalistas de órgãos menos difundidos da imprensa escrita ou mesmo através de e-mails, que difundem textos críticos de colegas jornalistas como Marcos Dantas, especialista em telecomunicações, e Aloísio Biondi, feroz adversário das privatizações e da forma como foram feitas. (ALVES)

Márcio sugere algumas iniciativas aos repórteres que cobrem Economia:

Acompanhar ao menos a literatura pontual da matéria: o *Wall Street Journal*, o *Economist*, o *Financial Times*, para não falar dos boletins de análise conjuntural, publicados pelos principais bancos de investimentos, ou de publicações mais sérias, como o *Journal of Economic Literature*, o *Journal of Monetary Economy*, o *Economic Journal* ou mesmo a parisiense *Révue Économique*. (ALVES)

As duas afirmações refletem a relação entre o repórter e os tipos de fonte a que tem acesso. Além da preferência por determinada linha de pensamento econômico, o repórter ainda sofre a influência de vários agentes na sua produção.

Hoje, para que algo vire notícia, independentemente desse algo próprio, existe o trabalho planejado e profissional de lobistas, assessores de imprensa (transmutados em “agentes de comunicação”), analistas corporativos,

assessores governamentais, *blogs* de analistas independentes, informações dispersas nas redes corporativas e acadêmicas. (COSTA, 2006, p. 215)

Essa realidade vai se proliferar após a II Guerra Mundial, com a proliferação das assessorias de imprensa. Se há desconfiança na relação entre repórter e assessor – na França e em Portugal, a condição de jornalista é negada a quem trabalha em assessorias –, no caso brasileiro houve ao menos o aspecto moralizador da relação entre o jornalista e a máquina pública. É o que se conclui da afirmação de que

Antes da existência de assessorias, repartições e empresas de serviços públicos costumavam selecionar os repórteres a quem forneciam informações. Setorizados nessas instituições, jornalistas terminavam cooptados, quer pela exclusividade do acesso, quer por favores e privilégios que, de forma mais ou menos explícita, complementavam seus salários. (...) A criação das assessorias teve, assim, vertente moralizadora e ética. (LAGE, 2004, pp. 50-51)

O noticiário é sustentado pela tecnocracia governamental, a iniciativa privada e economistas estrangeiros. Segundo Márcio Moreira Alves, essas fontes são desqualificadas e recebem mais atenção do que o devido por parte dos repórteres.

Como as fontes são ruins e obsoletas, o que nelas se colhe também é ruim e obsoleto. Há, em virtude dessas carências, uma tendência basbaque: basta aparecer um economista estrangeiro, professor de uma universidade americana de preferência, para darmos enorme destaque às suas observações, como se o visitante conhecesse o Brasil e tivesse credenciais para analisar a complexa economia do único país subdesenvolvido que é plenamente industrializado. (ALVES)

Ele cita fontes do mercado financeiro para exemplificar sua tese:

Em relação às previsões do mercado financeiro então, a basbaquice é patética. Os bancos de investimentos de Nova York têm, todos, um *Brazilian desk*, geralmente pilotado por um jovem brasileiro saído da pós-graduação de uma grande universidade. Esses rapazes, que muito pouco sabem do Brasil, são ouvidos como oráculos infalíveis. Pessoalmente, deles nunca ouvi uma análise original ou uma idéia que indicassem conhecerem sequer como funcionam as instituições nacionais. (ALVES)

Há outro complicador, o chamado *dead line*. Como dispõe de pouco tempo para apurar e checar as informações, muitas das quais não domina, o repórter perde importância na engrenagem da construção do noticiário. É o que afirma Caio Túlio Costa.

O papel do jornalista será diminuído em função da manipulação da informação pelas fontes e por conta da própria assimetria da informação. Isso porque elas, as fontes, detêm informação com mais abrangência e profundidade. O jornalista terá cada vez menos tempo para apurar, pesquisar e checar dados. Eles poderão até já estar publicados em algum lugar quando o jornalista chegar até eles. (COSTA, 2006, p. 221)

No jornalismo econômico esta assimetria é relevante. O repórter não conta, como elemento profissional, a formação acadêmica em Economia. Ela é externa à sua capacitação profissional.

E mesmo que se especialize, participando de cursos e seminários, a tendência é que esta falta de qualificação permaneça. “O tipo e o conteúdo da formação recebida pelo jornalista de Economia, pelo próprio jornal ou em convênio com universidades, influencia de forma determinante o conteúdo das matérias produzidas” (RABELO, 2002, p. 87). O repórter passa, dessa forma, a ser porta-voz de determinada interpretação dos fatos econômicos, segundo a matriz teórica que lhe foi transmitida nos cursos de treinamento. É com essa formação que o repórter criará as notícias, transmitirá sua interpretação da realidade.

Analisar como as notícias ajudam a construir a realidade ou verdades sobre o campo econômico requer uma verificação das vozes que aparecem nesse noticiário. (LENE, 2006, p. 7)

A notícia é construída com discurso afirmativo. Seu objetivo é escrever situações ou um estado de coisas, reproduzir, ser o espelho deste. O discurso do jornalismo e da imprensa é assertivo, afirmativo, constituído de enunciados que podem, em princípio, ser colocados sob a situação da prova, da comprovação da verdade. Em Economia, isso leva à deformações.

Uma das características dos discursos do jornalismo econômico que podem ser observadas – e é uma das mais marcantes – é o constante tratamento como verdade de prognósticos.

A cobertura jornalística do campo econômico é muito mais construída em torno de análises, estimativas, especulações, aproximações e pontos de vistas sobre cenários futuros de fontes especializadas do que por fatos concretos. (LENE, 2006, p. 20)

O jornalismo econômico falha também ao isolar os acontecimentos.

No jornalismo econômico, pelo fato de a economia ser muito mais um processo do que uma sucessão de fatos singulares, processos e sistemas são igualmente objetos de interesses, sendo singularizados pela linguagem jornalística, que os noticia como se fossem episódios. (LENE, 2006, p. 11)

É isso, por exemplo, o que leva o jornalismo econômico a dar sobrevida aos ciclos expansivos e subestimar as crises. Segundo Kucinski, isso é fruto de decisão editorial: destacar as crises seria admitir as disfunções do sistema.

Esse subcampo do jornalismo seria, portanto, displicente no trato de problemas estruturais e crônicos, como a fome, o desemprego, a falta de habitação e transporte, as desigualdades mundiais, a desordem monetária internacional, como se isso tudo desafiasse seus fundamentos ideológicos. (KUCINSKI, 2000, p. 188-189)

Não bastassem todas as dificuldades já citadas, o repórter ainda é pressionado pela possibilidade de não ter sua matéria publicada. Os dois editores de Economia do *Estadão* em 2003, Cida Damasco e Ari Schneider, afirmam a Suely Caldas que o fechamento de um jornal é “o dilema de Sofia”.

“A vida aqui é o dilema de Sofia, escolher o que fica e o que sai de uma montanha enorme de informações. É diferente de jornais mais completos e abrangentes. Aqui é como se fizéssemos um mini-jornal especializado, com macro, microeconomia e o mundo dos negócios”, explica Cida Damasco. Ari Schneider dá os números: “Juntando o nosso e o noticiário produzido pela Agência Estado, lá pelas 16 horas temos uma 1.650 notícias para ler, selecionar e acomodar em um caderno de dez páginas, que comporta, em média, seis matérias por página. A escolha se resume, portanto, às 60 melhores. Este é o nosso drama”, diz Schneider. (CALDAS, 2003, p. 88)

5.4 A preponderância do conteúdo visual

No dia 12 de setembro de 1993 a cor do logotipo do cabeçalho de *O Estado de S. Paulo* passa a ser azul. O que à primeira vista seria uma mera troca de cor na verdade representa uma alteração de significado muito maior. É fruto das mudanças na relação entre o leitor e a notícia.

Quando nasceu, o *US Today*, que faz um jornalismo de pílulas e carregado de imagens – como se fosse uma edição de telejornal, mas impresso –, causou grande alvoroço e alterações que acabaram se refletindo no padrão jornalístico de todos os países. Quem diria que o jornal *O Estado de S. Paulo* um dia se encheria de cores e mudaria até mesmo a do título, que sempre foi preta e agora é azul, dentro de um projeto gráfico totalmente modificado? Isto já aconteceu com os jornais *Folha de S. Paulo*; *Jornal do Brasil*, *O Globo* e *O Dia*, no Rio de Janeiro; *Correio Braziliense*; *O Povo*, em Fortaleza; e com todos os demais. Até mesmo jornais extremamente tradicionais, como o *Le Monde*, de Paris, sofreram grandes modificações a

partir da percepção da própria relação do leitor com a notícia e com a forma de veiculá-la. (VOGT)

Inês Maciel afirma, em *Inovação tecnológica ou toyotismo na redação?*, essas mudanças são o resultado da influência que a TV a cores passa a exercer sobre a população.

O advento da televisão colorida fez com que a imagem e a cor passassem a disputar mais espaço nas manchetes e nas matérias. As tendências de mudança apontavam para uma estratégia mais ousada, segundo a qual o jornal deveria dar uma atenção maior ao tratamento visual, incluindo a impressão a cores e a oferta de suplementos editoriais que respondessem à nova segmentação do público que surgia. (MACIEL, 2003, p.5)

O *design* gráfico evolui. Os jornais ficam mais bonitos a partir de avanços tecnológicos que permitem a impressão de alta qualidade e com rapidez na confecção de gráficos, tabelas e ilustrações, além do melhor aproveitamento das fotografias.

Com visual atrativo, valorização de fotografias e infográficos e uma diagramação que facilita a leitura e compreensão dos conteúdos, hoje os jornais estão muito diferentes do que eram no passado. Um dos resultados desse processo é a valorização do diagramador dentro da empresa jornalística.

Os diagramadores deixaram de ser recrutados entre os contínuos. No passado, para muitos editores, a tarefa de risco da página poderia ser feita por qualquer um, visto que o fator estético não importava, e sim a qualidade do texto. Hoje a diagramação está sob a responsabilidade de *designers* que empunham seus *mouses* diariamente na construção de várias páginas, em *softwares* sofisticados de *desktop publishing* e ilustração.

O fator preponderante para a valorização deste profissional está no reconhecimento da linguagem visual e do aspecto estético do produto como elemento relevante para a conquista de leitores. Este fator coloca a qualidade do *design* e do texto em igualdade de condições, uma vez que o fator estético também impulsiona as vendas. (MACIEL, 2003, pp. 5-6)

Outro é a preocupação que o repórter deve ter com o acabamento gráfico do jornal. “É preciso pensar em como ajudar o editor a melhorar o visual do texto, recorrendo a fotos, ilustrações, selecionando quadros estatísticos” (CALDAS, 2003, p. 58).

Em Economia, por exemplo, o uso da imagem vai priorizar tabelas e gráficos.

O editor tenta formas de fugir do “boneco” (foto) do presidente ou de seus ministros, mas muito raramente as fotos flagram autoridades em momentos de emoção, como no futebol. Mesmo porque elas são orientadas a se vestir de bom-mocinho, a não fazer caretas nem serem surpreendidas em expressões delicadas ou arriscadas na presença de fotógrafos. A alternativa é

recorrer a tabelas, quadros estatísticos e aos infográficos. (CALDAS, 2003, p. 88)

O repórter começa a se preocupar com os recursos gráficos mas perde a possibilidade de produzir um texto mais aprofundado e longo. Assim, o espaço que pode ser dedicado à reportagem é prejudicado.

A beleza, a cor e o *design* passam a ter o mesmo peso que a qualidade da informação. As antigas brigas do passado, entre editores, diagramadores e jornalistas, ao final das quais a foto ou a ilustração sempre perdiam espaço para um texto mais longo, não têm mais lugar. (MACIEL, 2003, p.5)

Isto traz implicações negativas para o próprio desenvolvimento dos jornais, uma vez que nem o mais qualificado redator consegue articular o pensamento e colocar ao alcance do homem da rua, no limite de 40 ou 50 linhas, temas e conceitos complexos relacionados à atividade econômica.

A importância dada ao conteúdo gráfico influencia a produção de todas as modalidades de texto, do título ao “olho”.

A notícia, como mercadoria, vai recebendo cada vez mais investimento para melhorar sua aparência e sua vendabilidade: criam-se as manchetes, os destaques, as reportagens, trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 24)

O Estado de S. Paulo e a *Folha de S. Paulo* são dois jornais que passaram por mudanças gráficas recentemente.

As mudanças do *Estadão* foram concretizadas pelo designer Chico Amaral, diretor do estúdio Cases i Associats, de Barcelona (Espanha). Segundo ele, os elementos gráficos de um jornal devem ser a expressão do seu conteúdo, e isso precisa ser considerado quando se parte para a renovação do visual. A preocupação, fazer com que o jornal não perdesse sua identidade, dificultou o trabalho pois se trata de um jornal centenário, tradicional e conservador. Ou seja, embora moderno, deveria continuar sendo sério, próprio para quem gosta de ler textos profundos.

Já a *Folha de S. Paulo* ganhou novo layout feito pelo editor de Arte do jornal, Máximo Gentile. O estudo teve ainda a colaboração da Mario García Media, empresa especializada em projetos gráficos para jornais. O *designer* Mario García já havia sido responsável pelo redesenho dos jornais *The Wall Street Journal*, *Libération* e *Die Zeit*.

Entre os motivos para as mudanças nos dois jornais, está a preocupação com a conquista de um público leitor mais jovem e mais adaptado ao mundo virtual:

Os cadernos que costumam servir de porta de entrada para novos leitores receberam atenção especial. “O jovem leitor terá muitos estímulos para mergulhar no noticiário, mesmo o mais árido. A nova *Folha* é mais atraente, didática e fácil de navegar”, ressalta o editor Melchiades Filho.

Para o designer Mario García, o projeto levou em conta as mudanças nos hábitos de leitura, sobretudo após a expansão da Internet. “As pessoas estão cada vez mais seletivas em relação àquilo que vão ler. O objetivo do novo projeto é informar, divertir e surpreender o leitor, fazendo um jornal que ofereça reportagens relevantes, editadas de maneira criativa”, afirma. (FOLHA ONLINE, 2006)

As modificações da *Folha* são mais impactantes que as do concorrente. Entre os princípios do projeto, estava o de produzir um jornal que fosse lido no máximo em 50 minutos, tempo médio que os habitantes das grandes cidades dispõem para a leitura, segundo estudos do próprio jornal. As matérias com mais importância ganham destaque, conduzindo a leitura.

No site *Folha Online*, afirma-se que as mudanças

vão torná-lo ainda mais completo, vibrante e agradável de ler. Recursos gráficos e uma nova organização das reportagens facilitarão a leitura para quem precisa percorrer rapidamente os cadernos. Para aqueles que desejam dedicar mais tempo às notícias, o jornal terá reportagens, artigos e novos instrumentos editoriais que ajudam a aprofundar e contextualizar os fatos. A idéia é que tanto o leitor que tem apenas 5 minutos para ler o jornal quanto o que tem 50 minutos fiquem satisfeitos com a nova *Folha*.

A *Folha* tem feito reformas gráficas mais ou menos a cada seis anos. Mudar é uma espécie de tradição do jornal. A cada mudança o jornal se renova e se projeta para o futuro. A intenção é surpreender o leitor, sem causar estranhamento. (FOLHA ONLINE, 2006)

6 Os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo

A escolha dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* como parâmetros de análise do jornalismo econômico no Brasil decorre de alguns aspectos.

Os dois veículos são publicados em São Paulo, Estado que, segundo o estudo *Contas regionais do Brasil 2004*, divulgado pelo IBGE em novembro de 2006, representava 30,9% do PIB brasileiro em 2004. O Rio de Janeiro, em segundo lugar, era responsável por 12,6% do resultado. Uma diferença de 18,3 pontos percentuais.

De acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), a *Folha de S. Paulo* foi o jornal mais lido do país em 2006, com circulação média de 309.383 unidades, enquanto *O Estado de S. Paulo* foi o quarto, com 231.165. São concorrentes diretos.

Os segundo e terceiro lugares foram *O Globo* (276.385) e *Extra* (267.225). Entretanto, a crise do *Jornal do Brasil* (que, no referido levantamento, não estava entre os dez primeiros) e a tiragem de *O Dia*, 122.324, na décima posição, mostram a predominância dos dois jornais da Infoglobo no mercado carioca, tanto no segmento de *Quality Papers* quanto no de jornais populares.

A pesquisa *Veículos mais admirados*, publicada pela Meio&Mensagem em novembro de 2003, traz *O Estado de S. Paulo* na primeira colocação, seguido pela Rede Globo de Televisão. A *Folha de S. Paulo* ocupa o terceiro lugar. O jornal mais próximo dos dois na listagem, *O Globo*, ocupa apenas a oitava colocação.

São jornais com tiragens expressivas para o mercado brasileiro, admirados pelos consumidores, concorrentes diretos e pertencentes ao Estado que é núcleo da economia brasileira.

Outro motivo de destaque é o fato de que os dois jornais defendem o processo neoliberal, se imiscuindo de temas como carga tributária, taxa de juros, política cambial e encargos trabalhistas e sociais em editoriais, como pode ser verificado nos anexos A e B.

A trajetória dos dois jornais paulistanos está interligada. Em *O jornalismo dos anos 90*, Luis Nassif afirma que o sucesso obtido pelo *Jornal da Tarde* em finais da década de 1970 poderia ter freado o crescimento que a *Folha* viria obter em pouco tempo. Segundo ele, o *JT*

poderia ter sido o veículo da família Mesquita a barrar o crescimento da *Folha*, que começava a se projetar. Avaliações internas concluíram,

erroneamente, que o crescimento do *JT* poderia canibalizar o *Estadão*. Impedir seu crescimento foi um erro fatal de avaliação. (NASSIF, 2003, p. 13)

O Estado de S. Paulo gozava de grande credibilidade na época, mas foi prejudicado por outro equívoco empresarial da família Mesquita: a construção de uma nova sede para seus veículos.

A série sobre a “mordomia” e a luta do *Estadão* contra a censura foi um episódio tão marcante na vida da imprensa nacional que, quando a censura caiu, em fins dos anos 70, o jornal emergiu como o grande formador de opinião da imprensa brasileira. Parecia não haver espaço para nenhum outro mais. Não fosse uma prolongada crise financeira, provocada por investimentos realizados na construção de sua sede, certamente o “Estadão” se firmaria como líder da imprensa nacional dos anos seguintes.

A crise impediu a concretização desse plano e abriu espaço para a entrada da *Folha* no mercado. Até meados da década de 1980, a *Folha* era uma espécie de segundo jornal de São Paulo, com posição mais liberal e plural que a do *Estadão*, uma maior preponderância de colunistas, um texto e diagramação mais leves e forte penetração no interior do Estado, devido a um sistema de distribuição mais eficiente.

Em 1983, consolidada financeiramente, a *Folha* passou a disputar jornalistas no mercado. Em seguida, abraçou a campanha das “Diretas Já”. Foi um marco na história da imprensa brasileira. A posição conferiu prestígio nacional ao jornal. (NASSIF, 2003, pp. 14-15)

Em uma década, os equívocos da família Mesquita e a linha editorial da *Folha* fazem com que os dois jornais mudem de posição em termos de tiragem. O sucesso obtido pelo novo líder vai começar a influenciar outros jornais:

Antes de terminar a década a *Folha* havia superado o *Estadão* em circulação e se convertido no maior e mais influente jornal brasileiro. As manchetes de impacto, a simplificação das análises, as cores fortes das manchetes, sem matização, sem tons de cinza, em pouco tempo se tornaram padrão da imprensa brasileira.

No final dos anos 80, o *Estadão* procedia à sua reforma editorial, e *O Globo* saía da toca para disputar o mercado de jornalismo de opinião. Todos buscavam seguir os princípios consagrados pela *Folha*, como um time mais diversificado de colunistas e um apelo às manchetes fortes, o *Estadão* menos, o *Globo* mais, embora sem a quantidade e a abrangência de posições dos colunistas da *Folha*. (NASSIF, 2003, p. 16)

Como seus donos vêem o jornal que produzem? Em entrevista a Eduardo Ribeiro e Wilson Barancelli, com participação especial de Antonio Alberto Prado, Otávio Frias Filho afirma que

Acho que está no DNA da *Folha* a agilidade, a capacidade de reagir rápido e de perceber tendências emergentes na sociedade. Somos um jornal sem preconceitos, aberto em todos os sentidos, bem diferente, por exemplo, do nosso concorrente (*O Estado de S.Paulo*), que, embora com uma tradição muito respeitável, tem um outro tipo de DNA. A *Folha* sempre foi um jornal mais permeável às novidades, sobretudo às observadas na tal da psicologia dos leitores. É essa característica que tem permitido à *Folha* se reciclar e se reinventar, de certa maneira, a cada 10 ou 20 anos. (FRIAS FILHO apud BARONCELLI, PRADO e RIBEIRO)

Já de acordo com Ruy Mesquita,

No caso do jornal *O Estado de S.Paulo*, o que caracteriza o jornal – e o que deu força ao jornal durante toda a sua existência – foi o fato de ele assumir sistematicamente posições quando há conflitos de idéias, quando há confronto de idéias e de concepções de políticas, e de seja o que for. A grande força do jornal *Estado de S. Paulo* sempre foi a página 3 – e mais do que nunca agora, quando o comprador do jornal, o assinante do jornal, já sabe o que vai ler no jornal do dia seguinte. (MESQUITA)

De fato, *O Estado de S.Paulo*, mesmo que seja taxado de conservador, não pode ser acusado de neutralidade diante de assuntos polêmicos. Entretanto, mesmo que concorrentes e trajetórias diferentes, as diferenças entre os dois não impede que noticiem conteúdo semelhante com pontos de vista também semelhantes. A constatação é de Otávio Frias Filho:

Eu acho às vezes fascinante que dois jornais, separados no espaço, com redações que se comunicam muito pouco - a gente sabe que há muito contato no dia-a-dia entre os repórteres, mas entre editores e secretários esse contato é raríssimo -, acabem fazendo uma avaliação hierárquica e valorativa das notícias muito semelhante. Isso, a meu ver, joga água no moinho da tese de que existe sim uma jurisprudência jornalística que permita avaliar com relativa objetividade o que é mais ou menos importante para o público leitor, o que deve ser dado com maior ou menor destaque. (FRIAS FILHO apud BARONCELLI, PRADO e RIBEIRO)

A afirmação de Otávio pode ser comprovada pela relação entre o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e as duas empresas jornalísticas. Na década de 1980, quando se cogitava a possibilidade de Cardoso se tornar presidente, a *Folha de S. Paulo* encarava a hipótese com preocupação.

Na época Cardoso era colunista e uma das principais fontes do jornal, o que levou a direção da *Folha* a temer que o diário sofresse o chamado “efeito Mitterrand”, que levou o francês *Le Monde* a uma crise de identidade após a chegada do então aliado socialista ao

poder na França. Após deixar a presidência, Fernando Henrique viria a ser colunista do concorrente, *O Estado de S. Paulo*.

Pode-se dizer, sem medo, que a visão de país que o então sociólogo e depois suplente de senador, senador e candidato a prefeito tinha era muito próxima da dos diretores da *Folha* e da própria linha editorial do jornal. O *publisher* Octavio Frias de Oliveira não escondia de ninguém a opinião de que FHC era a pessoa mais preparada que ele conhecia para liderar o Brasil na direção que considerava correta. (SILVA, 2005, p. 29)

Cabe analisar as características empresariais e editoriais dos veículos.

6.1 Folha de S. Paulo

A *Folha de S. Paulo* faz parte da Empresa Folha da Manhã S.A., que compreende ainda a *Agência Folha Press*, a *Editora Publifolha*, o *Datafolha* e o jornal *Agora SP* (até 1999, *Folha da Tarde*).

Em 1996 o grupo lança o *Universo Online* (UOL), que no mesmo ano se funde ao *Brasil Online*, do Grupo Abril, dando origem à empresa Universo Online S.A. Apesar do estouro da bolha da informática no início em 2001, o UOL torna-se líder brasileiro entre os grandes portais de Internet. Ele garante à empresa aportes financeiros dos EUA e da Europa por meio da venda de parte das ações, sem que a Folha da Manhã perca seu controle acionário.

Fundado em 1921 com o título *Folha da Noite*, o jornal ganha sua atual nomenclatura em janeiro de 1960, quando os então três títulos da empresa (*Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*) se fundem. Em 1962, Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho assumem o controle da empresa. Frias só terá o controle acionário da companhia em 1992.

Em 1976, cria a seção *Tendências/Debates*, pautada pelo princípio da pluralidade. A publicação de artigos de vários matizes ideológicos marca o processo de redemocratização do Brasil.

Em junho de 1981, documento de circulação interna surge como a primeira sistematização de um projeto editorial. O texto fixa três metas: informação correta, interpretações competentes e pluralidade de opiniões.

Torna-se o jornal mais vendido no país na década de 1980. Seu crescimento é resultado dos princípios editoriais do Projeto Folha, lançado em 1984: pluralismo,

apartidarismo, jornalismo crítico e independência. No mesmo ano, a *Folha* implanta o *Manual da Redação*, editado em livro.

A *Folha de S. Paulo* se consolida como o jornal com a maior circulação paga aos domingos (média de 522.215 exemplares). É, ainda, o primeiro veículo de comunicação do Brasil a adotar a figura do *ombudsman*.

Seu caderno de Economia é o *Dinheiro*.

6.2 O Estado de S. Paulo

O Estado de S. Paulo é o principal produto do Grupo Estado, que em 1958 começa a diversificar sua atuação com a inauguração da *Rádio Eldorado* (atualmente opera nas frequências AM e FM), e em 1966 lança o *Jornal da Tarde*.

A *Agência Estado* passa a operar em 1970. Em 1984 nasce a *Oesp-Mídia* e em 1988 a *Oesp-Gráfica*. Em 1991 a *Broadcast* é incorporada à *Agência Estado*. Em março de 2000 é lançado o portal *Estadão*, com informativo em tempo real. Em 2006, em associação com o Grupo Globo, surge o *Classificados ZAP*.

Fundado em 4 de janeiro de 1875 com o nome *A Província de S. Paulo*, o jornal recebe a atual nomenclatura em janeiro de 1890. O veículo participa diretamente, através de seus proprietários, das campanhas abolicionistas do Império e da campanha republicana do final do Século XIX. Em 1902, Júlio Mesquita, redator desde 1885, torna-se seu único proprietário.

Em 1932, *O Estado de S. Paulo* e o Partido Democrático formam uma aliança com alguns setores do Partido Republicano Paulista e articulam a Revolução Constitucionalista de 32, que eclode em 9 de julho.

O jornal é posto em intervenção. Logo depois atinge o recorde sul-americano de número de páginas em edições (124 páginas em 1954). *O Estado de S. Paulo* não perderá essa liderança, e passa a ser reconhecido como um dos maiores e mais completos jornais do mundo.

Editorialmente o jornal sempre defendeu a economia de livre mercado. Em 1964, *O Estado de S. Paulo* apóia o golpe militar que depõe o presidente João Goulart. Depois, passa a fazer oposição ao regime.

Em entrevista a Quintão (1987, p. 131), Julio Mesquita Neto afirma que o papel de *O Estado de S. Paulo*, enquanto jornal, é de “uma instituição não apenas voltada para a

fiscalização do interesse público, mas também com a responsabilidade de oferecer alternativas para a conjuntura”.

Desde 1902, o veículo está sob o controle da família Mesquita. Em junho de 2007, o Grupo Estado muda seu Conselho de Administração e o administrador de empresas Aurélio de Almeida Prado Cidade é empossado como o novo presidente do órgão.

Cidade é o primeiro executivo a presidir o Conselho sem pertencer à família Mesquita. Os anteriores foram Luiz Vieira de Carvalho Mesquita (1984-1996), Ruy Mesquita (1996-1997), Francisco Mesquita Neto (1998-2005) e Roberto Mesquita (2005-2007). O conselho não existia antes de 1984.

O atual Conselho ainda é formado por Fernão Lara Mesquita, Francisco Mesquita Neto, Júlio César Ferreira de Mesquita, Patricia Maria Mesquita e Roberto Crissiuma Mesquita. Todos da família que controla a empresa desde 1902.

Seu caderno *Economia & Negócios* é dos mais completos da imprensa brasileira:

Vera Brandimarte, diretora de redação do *Valor Econômico*, quer aprofundar ainda mais as diferenças de personalidade do seu jornal, principalmente em relação ao caderno de Economia de *O Estado de S. Paulo*, segundo ela, o único capaz de fazer concorrência direta com o *Valor*. (LIMEIRA, 2005)

7 Os cadernos Dinheiro e Economia & Negócios

Para analisar o noticiário econômico dos jornais *Folha de S. Paulo* (Dinheiro) e *O Estado de S. Paulo* (Economia & Negócios) foram consultadas 28 edições de cada veículo entre os meses de março e junho de 2007.

Em cada um dos quatro meses, usou-se o noticiário de uma semana completa, de domingo a sábado, o que resulta em sete edições analisadas em cada mês. Foram verificadas as edições de 25 à 31 de março, de 15 à 21 de abril, de 13 à 19 de maio e de 03 à 09 de junho.

Após a análise dos dois cadernos, foram feitas entrevistas com Sergio Malgebier, editor do Dinheiro; e Cley Sholz, editor do Economia & Negócios. A pedido dos editores, as duas entrevistas foram realizadas por e-mails.

É necessário registrar que a análise das colunas publicadas nos dois cadernos é fruto de edições diferentes. No próximo capítulo, será feita a avaliação das colunas que foram publicadas ao longo do ano de 2006, entre janeiro e dezembro.

Por limitações financeiras, não foi possível reproduzir o conteúdo completo dos cadernos publicados nas datas usadas para a avaliação das colunas. A solução encontrada foi comprar edições publicadas durante a realização deste trabalho.

De forma geral¹, Os cadernos Dinheiro e Economia & Negócios valorizam o noticiário macroeconômico. Temas como juros, câmbio, política fiscal e infra-estrutura são destaque. A cobertura sobre empresas, em alguns casos, é reduzida às notas.

A explicação seria a presença do Estado na Economia.

Entre jornalistas, há uma corrente que critica o jornalismo econômico por focar demais o governo, a cobertura oficial, e abandonar a economia real, as empresas, a economia do trabalho, o impacto e a influência dos fatores econômicos na vida das pessoas. A crítica até prossegue, é verdadeira, mas se acatada e aplicada vai se mostrar inexequível. Infelizmente, não vivemos na Suíça ou Finlândia; nossos problemas são muitos e grandes, o povo é pobre, com baixo nível de escolaridade e depende muito do poder público. O governo interfere excessivamente na economia, seja por vício ou necessidade, empresários e trabalhadores pedem por essa interferência, o paternalismo está impregnado em nossa cultura. (CALDAS, 2003, pp. 81-82)

¹ Uma análise completa do noticiário de Dinheiro e Economia & Negócios mereceria um número maior de edições abordadas. De toda forma, o período analisado serve como indicativo do noticiário. Cabe ressaltar que o objeto de estudo deste trabalho é o colunismo econômico publicado nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. Desta forma, a análise aqui feita é ilustrativa da produção jornalística dos dois veículos.

O noticiário é filtrado pela visão do setor financeiro. Não raro encontram-se "fontes do mercado". Algumas repercussões e suítes pecam pela previsibilidade, justamente pela repetição de fontes, ou de fontes de um esmo setor. Este aspecto é mais marcante no noticiário sobre as reuniões e decisões do Copom, as iniciativas do Ministério da Fazenda e do Banco Central.

Sobre o Copom, os veículos registram previsões e comentários já conhecidos. O noticiário, mesmo com meses de diferença, parece idêntico.

A cobertura do agronegócio aparece com mais freqüência em Economia & Negócios. A página semanal publicada por Dinheiro não abarca questões publicadas pelo concorrente. Já a cobertura dos temas de infra-estrutura, tão cobrados em editoriais dos dois veículos, peca pela falta de acompanhamento. A maioria dos empresários ouvidos pelas reportagens critica a infra-estrutura do país, mas os dois veículos trazem mais opiniões do que números. Percebe-se falta de esforço para investigar o tema. Merecem destaque os setores de energia e transportes. Órgãos do governo responsáveis pelo setor pouco são ouvidos. Os jornais preferem levar os questionamentos da iniciativa privada às agências reguladoras.

O acompanhamento da economia internacional peca pela falta de análise. A aquisição de material por parte de agências e veículos norte-americanos e europeus parece suprir as necessidades das editorias. A contextualização entre a realidade internacional e os efeitos que ela causa ao país é pouco abordada. As exceções ficam por conta dos acordos internacionais, os debates sobre a Rodada Doha e as iniciativas do Governo Federal em fechar acordos comerciais com outros países. A diferença talvez esteja mesmo no fato de que, para essas coberturas, os veículos enviam repórteres ao local das reuniões.

Na cobertura do mercado financeiro, e aqui nem se trata dos gráficos, falta análise e detalhamento sobre os números. Sabe-se, por exemplo, que a Bovespa atingiu um número determinado de pontos, um índice de alta ou baixa. Há pouca pesquisa para fazer com que o leitor entenda o que de fato ocorre. De que vale decorar uma profusão de números? Ao invés disso, opta-se pela solução de ouvir fontes, que carregam suas declarações com cobranças sobre o Governo Federal: cobram-se mudanças no câmbio ou na política de juros. Esse modelo de noticiário, segundo Carlos Alberto Sardenberg, demonstra falta de preparo dos repórteres.

Acho que o jornalismo já tem hoje condições de avançar, para cravar algumas coisas, dizer se em determinada circunstância houve ou não acerto,

sem pedir opinião a quem quer que seja. Como os assuntos são complexos e freqüentemente o jornalista fica inseguro para avaliar se aquilo é bom ou ruim, certo ou errado, acaba noticiando a versão do governo e duas versões diferentes. Em grande parte, isso é falta de preparo. Se ele tiver competência para compreender as medidas, poderá dizer que elas irão provocar tais e tais resultados positivos e negativos, como fazem os colunistas. Muitas vezes, os jornalistas poderiam agir dessa forma, em vez de bater nas portas dos economistas. Tanto para captar o que a fonte está dizendo – sem entrar na informação parcial ou distorcida – quanto para ir atrás da notícia correta e bancá-la. (SARDENBERG, 1995)

O enxugamento das equipes de reportagem traz dificuldades ao noticiário. Mesmo contando com sucursais, correspondentes e agências vinculadas aos dois jornais, anúncios de grande porte do Governo Federal são lidos, no dia seguinte, através de uma matéria mais extensa e pequenas notas, ou entrevistas. Usa-se a solução gráfica – infográficos e gráficos basicamente – para transmitir informações que por vezes não ficam claras. A qualidade da cobertura só aparecerá no dia seguinte, ou mesmo depois, através de suítes.

Na cobertura de empresas, é clara a diferença entre material oferecido por assessorias e a notícia que é fruto do trabalho de apuração. Aqui se percebe diferença de qualidade nas informações prestadas ao leitor.

Embora os editores afirmem que seus cadernos estão se voltando para a cobertura de negócios, o resultado prático desta inclinação pouco é notado. Não há perfis, por exemplo, nas edições examinadas. Esse tipo de notícia, base de toda uma publicação (Você SA, por exemplo), é relegada ao esquecimento. Em O personagem econômico - um contraponto emocional à linguagem racional do jornalismo, Patrícia Maurício afirma que

Pelo tempo que toma do repórter e pelo fato de não ser considerada uma tarefa nobre, em muitos casos o personagem é “feito” (outro jargão jornalístico) por estagiários ou repórteres iniciantes, os chamados focas. Também acontece de um repórter que vai fazer uma reportagem perto de onde pode ser encontrado o personagem de outro “fazer” este personagem, para economizar tempo e racionalizar fotógrafo e transporte. (MAURÍCIO)

O problema, como demonstra Suely Caldas, é que isso demonstra falta de cobertura da “economia real”.

As editorias de grandes jornais, especialmente os especializados, têm sempre um espaço para o segmento de “negócios”. O que até certo ponto é bastante positivo, pois revela a vida real da economia, ou melhor, a microeconomia do país funcionando na prática. São casos de sucesso ou fracasso na vida das empresas, exemplos que devem ser seguidos, outros desprezados. (CALDAS, 2003, p. 65)

Sardenberg, por outro lado, acredita que o modelo de jornalismo focado em negócios só será possível quando os problemas macroeconômicos do país estiverem resolvidos. Seria algo próximo ao já feito pela *Gazeta Mercantil*.

O que acontece com o jornalismo econômico nos países estáveis? Dedicar-se mais à cobertura das empresas, do movimento de negócios – coisa que não se faz no Brasil. Não se vê aqui uma magnífica matéria como a que, recentemente, saiu sobre a Volkswagen na imprensa alemã: um histórico, relações atuais, brigas internas da diretoria, um relato exato do que estava se dando nas entranhas da organização. Esse é o jornalismo econômico que passaremos a ter quando os assuntos macroeconômicos estiverem acabados. Na Suíça, o sujeito nunca precisa olhar para a taxa de juros, porque ela vai variar de 3,1789% para 3,1781%. Para o cidadão que tem cem mil francos aplicados, isso não vai fazer nenhuma diferença. (SARDENBERG, 1995)

Outra deficiência grave, em termos de cobertura, é a análise feita do mundo do trabalho. O trabalhador desempregado é culpado por sua condição, e aquele que tem carteira assinada é um “privilegiado”. Esse fenômeno é observado pela revista *Reportagem* em “Não há vagas”. Segundo a publicação, um balanço da Pesquisa Mensal de Emprego (PME), feita pelo IBGE nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador em 2000, revela um dado curioso sobre a mudança ocorrida no mercado de trabalho brasileiro:

Perguntados sobre as razões que os levaram a ficar sem emprego, três em cada quatro ambulantes responderam que era pelo fato de não terem estudado. (...) Essa idéia tinha um efeito amplo e se combinava com a adoção de novas tecnologias para justificar o desemprego. Dessa forma, absolvía o modelo econômico e transferia a responsabilidade pelo desemprego para o trabalhador. Individualizava-se, portanto, a discussão. (REPORTAGEM, 2005, p. 110)

No corpo da matéria, comentando os resultados da PME, o economista Marcio Pochmann declarou que “o trabalhador incorporou a tese da desqualificação” (REPORTAGEM, 2005, p. 110). Era isso, segundo o economista, que explicava porque o Brasil havia saído de uma taxa de desemprego para outra, três vezes maior, sem conflito social de grande monta, como o que havia ocorrido na Argentina.

A saída, nesse caso, seria alterar as leis, reduzir direitos e manter os postos, medidas já experimentadas pelos países ricos, nos anos 1980, e por alguns países da América Latina, na década seguinte. Os efeitos não foram

exatamente a oitava maravilha para o emprego, como propagado. Nos países ricos, o desemprego subiu 0,7 ponto percentual e a taxa de emprego caiu 0,1 ponto. Na América Latina, a taxa de desemprego subiu 4,1 pontos percentuais e o número de desempregados subiu 11,1 milhões, depois das mudanças. (POCHMANN apud REPORTAGEM, 2005, p. 113)

Aqui cabe lembrar Maílson da Nóbrega (2000, p. 104), cujas propostas para solucionar o problema são idênticas aos dos dois veículos. “Constitucionalizou excessivamente os direitos trabalhistas, criando uma barreira à modernização da Justiça do Trabalho e das relações trabalhistas”. Enfim, reforma e perda de direitos.

7.1 Dinheiro

Na maioria das edições analisadas, o caderno tem oito páginas. A participação de repórteres de sucursais em sua produção é grande, principalmente dos profissionais do Rio de Janeiro e de Brasília, que fazem cobertura principalmente do Governo e de empresas estatais.

Segundo o editor do caderno, Sergio Malgebier, ele geralmente trabalha “pensando nesse espaço de oito páginas, com uma noção prévia do espaço”. Nos cadernos de sábado e domingo há aumento de publicidade, e o caderno pode ser dividido em “Dinheiro” e “Dinheiro 2”.

Entre os repórteres da sucursal Brasília, os que mais assinam matérias são Sheila D’Amorim, Leandra Peres, Humberto Medina, Juliana Sofia, Fernando Nakagawa, Iuri Dantas e Eduardo Scolese.

Entre os do Rio de Janeiro, Pedro Soares, Ney Hayashi da Cruz, Letícia Sander e Pedro Dias Leite. Matérias sobre a Petrobrás, Eletrobrás e BNDES geralmente não tem assinatura, a indicação de onde foi produzida aparece pela indicação “Sucursal do Rio”. O material produzido pela equipe da *Folha Online* ganha esta assinatura. Há também matérias de *freelancers*, cuja assinatura aparece como “Colaboração para a *Folha*”.

As matérias das sucursais são pautadas por elas próprias ou pelo comando do caderno, em São Paulo. Segundo Malgebier, os repórteres são instados a proporem pautas. Ele afirma que “isso ocorre diariamente”. Nem sempre são aproveitadas, apenas quando “consideradas boas”.

Segundo Malgebier, há cerca de 20 repórteres na editoria, contando os das sucursais de Brasília e Rio. Entre eles, apenas um tem formação acadêmica em Economia. “Alguns fizeram MBA em áreas econômicas”, afirma Malgebier.

Na cobertura de assuntos internacionais o jornal utiliza material das agências *EFE*, *Associated Press*, *Bloomberg* e dos jornais *The New York Times* e *Financial Times*. Entre os correspondentes a participação maior é de Fabiano Maisonnave (Caracas- VEN), Denise Godoy (Nova York - EUA) e Sergio D'Avila (Nova York - EUA).

O editor afirma que existem apenas dois setoristas, que fazem a cobertura de Finanças e Agropecuária. Nas terças-feiras é veiculada a página “AgroFolha”, com noticiário sobre agronegócios. A página tem uma seção de Classificados, destinado aos produtores rurais.

Entretanto, segundo Malgebier, “alguns repórteres são mais especializados em certos temas”. Para cobrir o mercado financeiro, é necessário fazer treinamento, realizado fora do jornal.

Sobre o noticiário, mais focado na macroeconomia, setor que geralmente ganha a manchete do caderno, Malgebier afirma que isso decorre de uma escolha editorial. Entretanto, ele afirma que “a ênfase na macroeconomia esteja sendo reduzida porque a estabilidade é cada vez maior, o que reduz o interesse pelo macro”.

O caderno apresenta poucos “perfis”. Questionado se o “Dinheiro” não dá importância editorial a este tipo de produção jornalística, ele afirma que “é uma carência do caderno”.

Entre as fontes mais ouvidas estão Ipea, CNI, Iedi, MB Associados, FGV, Apimec, CVM, Associação Nacional das Corretoras (Ancor), Austin Rating, PwC, AEB, Odebrecht, BNDES, CNPE, Febraban, Tendências Consultoria, Fecomercio São Paulo, Abicalçados, Abit, Abinee, Ministério da Fazenda, IBGE, Consultoria LCA, Fiesp, ABN Amro, GV Consult, Ciesp e Anefac.

As edições de segunda-feira do caderno da *Folha de S. Paulo* trazem o “FolhaInvest”, seção destinada ao noticiário empresarial e aos investidores. Em “Dicas FolhaInvest”, o leitor encontra indicações para investimento. Em “Dicas do Mercado: Papéis recomendados para essa semana”, o leitor também encontra indicações para investimento.

“Acompanhe seus fundos” apresenta gráficos sobre fundos de investimento e “Indicadores Econômicos” sobre índices macroeconômicos. Os gráficos são gerados pela Bovespa e a Economática. O jornal publica a seção “Entenda as tabelas”, com explicações que facilitam a leitura dos gráficos.

Questionado sobre a utilização do glossário junto à tabela “Indicadores Econômicos”, se sua publicação teria sido iniciativa do editor, sugestão do *ombudsman* ou fruto de sugestões de leitores, Malgebier afirma que foi decisão do editor.

Embora traga glossários junto aos gráficos e indicadores, as matérias ainda trazem neologismos, siglas, índices e termos em língua estrangeira. Malgebier reconhece que isso ocorre, mas afirma que “há orientação clara para se evitar o jargão e tornar o texto claro”.

O caderno oferece ainda um concurso para os leitores, o “FolhaInvest em ação”. Trata-se de uma gincana virtual na qual o ganhador recebe como prêmio uma viagem para a Costa do Sauípe (BA), paga pela Fator Administração de Recursos.

A partir das edições de terça-feira, e até as de sábado, a capa do caderno publica a seção “Indicadores” (“Bovespa”, “Dólar livre”, “Dólar paralelo”, “Dólar turismo”, “Poupança” e “Euro em Londres” – paridade com o dólar).

Nas terças são publicadas a seção “Sociais e Cia.”, com noticiário sobre responsabilidade corporativa. A página é composta por uma notícia principal, acompanhada de notas e glossário que explica termos em língua estrangeira.

Das terças-feiras às sextas-feiras, o jornal publica o gráfico “Indicadores Econômicos”, que oferece glossário para termos em língua estrangeira e traz os indicadores do dia anterior. Nas edições de domingo, o caderno publica o gráfico “Indicadores Econômicos”, com índices do mercado financeiro da semana anterior.

Questionado sobre se a escolha dos colunistas que escrevem no “Dinheiro” é feita pelo editor, afirma que “é feita em conjunto com a direção do jornal, que é quem determina os nomes ao final do processo”. Segundo Malgebier, “os colunistas têm independência total”, não havendo, necessariamente, relação entre a produção do noticiário e a desses profissionais.

7.2 Economia e Negócios

O caderno varia em número de páginas. Nas edições analisadas, o menor tinha 12 e o maior 22. A participação das sucursais, como em “Dinheiro”, é grande, também na cobertura do Governo e de empresas estatais.

Da sucursal do Rio de Janeiro, destacam-se Nilson Brandão Júnior, Nicola Pamplona, Alaor Barbosa e Alberto Komatsu. Da de Brasília, Leonardo Goy, Renata Veríssimo, Lu Aiko Ota, Ribamar Oliveira, Gustavo Freire, Isabel Sobral, Geresa Marques. Há assinaturas ainda para “Sucursal Rio” e “Sucursal Brasília”.

O noticiário internacional conta com as agências *Dow Jones*, *Reuters*, *Associated Press*, *EFE* e *France Press*. O caderno ainda publica material do *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Financial Times*, *Le Monde*, *Sunday Times*, *The Observer* e da revista

The Economist. Entre os correspondentes, destaque para Jamil Chade (Genebra – SUI), João Caminoto (Londres-ING) e Ariel Palácios (Buenos Aires-ARG).

Segundo o editor do caderno, Cley Scholz, “os correspondentes de outros estados e interior de São Paulo também contribuem com matérias de economia, embora não sejam especializados”. Além desses profissionais, o editor conta com “reforço eventual de repórteres do *Jornal da Tarde* e *Rádio Eldorado*, além dos jornalistas do *Portal do Estadão*”.

Scholz afirma que a participação das sucursais e dos correspondentes no noticiário do caderno “parte dos dois lados”. Segundo ele, “pode ser sugestão do correspondente ou sucursal ou pedido da sede. Muitas vezes é uma decisão de comum acordo, tomada durante discussão via telefone ou durante reuniões de pauta no viva-voz, com participação das sucursais do Rio e Brasília”.

O editor afirma ainda que “os repórteres tem a obrigação de propor pautas. Nem todos têm o hábito”. Segundo Scholz, “o bom repórter se adianta e sugere pautas”. São 17 repórteres na redação, além dos que trabalham nas sucursais de Brasília e Rio. “Também temos mais de 50 jornalistas especializados em economia e negócios da *Agência Estado*”.

Segundo o editor, há setoristas de finanças, agronegócios, indústria, siderurgia, petroquímica, micro e pequenas empresas, responsabilidade social e marketing. Para cobrir o mercado financeiro, “o jornal procura fazer com que os jornalistas participem de cursos internos e externos, além de palestras e seminários”, afirmou.

O caderno publica, de segunda a sábado, uma página com noticiário do *The Wall Street Journal*. Sobre a página, o editor afirma que a iniciativa foi do veículo norte-americano. “O *Wall Street Journal* compra o espaço no *Estadão* para publicar seu noticiário em um mercado onde tem interesse”.

De terça a domingo, há editorial específico para Economia na página 2. Sobre se o caderno usa temas levantados pelo Editorial de Economia como pauta, Scholz afirma que “o comentário do editorial pode servir de pauta, assim como as pautas dão origem a matérias que podem virar editoriais. É uma via de mão dupla”.

Sobre se as matérias de agricultura são feitas pela equipe do caderno ou pela do suplemento Agrícola, que o *Estadão* publica às quartas-feiras, ele afirma que “o suplemento tem equipe própria. Mas eventualmente eles contribuem com o caderno de Economia & Negócios. E também podem usar reportagens da equipe do caderno de economia, sucursais e correspondentes. Mas são editoriais separadas”.

Questionado sobre a ausência de perfis no noticiário, Scholz comenta que “o perfilado precisa realmente merecer o perfil”.

O editor de Economia & Negócios, como o do Dinheiro, afirma que o caderno vem tentando diversificar sua pauta, mais foçada na macroeconomia. “O jornal é de abrangência nacional, tem grande credibilidade e busca temas importantes, macroeconômicos. Mas vem procurando nos últimos anos reforçar a cobertura de negócios. Procuramos balancear, mas a macroeconomia realmente sai ganhando”. Ele afirma, entretanto, que “que o público leitor aprova e pesquisas indicam isso”.

As fontes mais ouvidas são similares às do caderno concorrente: Ipea, CNI, Iedi, MB Associados, FGV, Apimec, CVM, Austin Rating, Delloite Touche Tomatsu, BNDES, Febraban, Tendências Consultoria, Fecomercio São Paulo, Abinee, Ministério da Fazenda, IBGE, Consultoria LCA, Fiesp, GV Consult e Anefac.

Entre as terças-feiras e sábados, publica o gráfico “Suas Contas”, com gráficos do mercado financeiro. Além deste, outros gráficos são “Bovespa”, “Ceagesp” e “Mercado”, subdividido em “Fundos” e “BM&F”. o “Mercado” traz ainda a “Ação do dia” e a “Frase do dia”. A “Ceagesp”, a *commodity* “Em alta” e a “Em baixa”.

Scholz afirma que “a ‘Ação do dia’ e a ‘Frase’ são alternativas gráficas para arejar a página”. Segundo ele, as pequenas notas “servem como uma espécie de porta de entrada para chamar a leitura. O leitor pode ser atraído entre outras coisas pelo título, pela foto, pela informação de frases em destaque na janela do texto, as vezes em forma de ‘frase’ (em destaque)”.

É ele quem decide pela publicação dessas notas: “É uma decisão do editor, conforme o espaço ou o que há para destacar entre as informações disponíveis (visuais, como fotos ou artes/gráficos ou texto)”.

Segundo Scholz, é difícil controlar o uso do Economês. “O manual de redação do *Estado* tem recomendações claras quando ao bom uso da língua portuguesa. Os editores se empenham em buscar uma linguagem clara, sempre. Às vezes um ou outro escorregam em termos técnicos que dificultam a leitura, mas isso é um erro”.

O caderno de *O Estado de S. Paulo* publica, nas edições de segunda-feira, a seção “Fique de Olho”, com a agenda dos principais acontecimentos do mercado que ocorrerão na semana. Outra seção é a “Seus direitos”, que traz cartas com reclamações de leitores sobre empresas e produtos e traz as respostas dessas empresas. Há ainda a seção “Mercado”, produzida pela Agência Folha e que traz indicadores do mercado financeiro. Publica ainda a “Agenda IOB Thompson”, que noticia as datas corretas para o pagamento de tributos.

Nas quintas-feiras, é publicado o gráfico “No mundo”, que traz índices do mercado financeiro internacional. A seção tem uma subdivisão, “Moedas e índices”. O noticiário de

“Negócios” aparece como sub-editoria no caderno, com chamadas próprias para as matérias principais.

Questionado sobre se há relação entre a produção do noticiário e a dos colunistas, afirmou que “os colunistas sugerem e recebem sugestões. Muitas vezes a primeira página tem chamada para comentários de colunistas ao lado na respectiva notícia, quando ambos tratam do mesmo assunto”. Segundo Scholz, temas levantados por colunistas tornam-se pauta “muito freqüentemente”.

8. O colonismo econômico

O jornal empresa pode, assim, abarcar vasta gama de opiniões, mas seu caráter não-revolucionário está assegurado por dois bons motivos: deve remunerar o capital apreciável nele investido, e tira sua renda basicamente da veiculação de bens materiais e ideológicos produzidos por entidades de características semelhantes. (LAGE, 2004, p. 13)

Entre os vários papéis que o colonismo pode desempenhar no jornal, estão o de baratear e imprimir velocidade à sua produção. É um tipo de jornalismo, entretanto, que apresenta falhas. Por não se pautar pelo trabalho de apuração, tende a ser inexato. A afirmação pode ser corroborada por Caio Túlio Costa, para quem

existem diversos modelos de jornalismo, e o caminho leva àqueles que são mais rápidos, mais inexatos e mais baratos. Em paralelo, o jornalismo investigativo está sendo substituído pelo jornalismo opinativo, de afirmação, cuja base são as opiniões pessoais. (COSTA, 2006, p. 39)

Se a afirmação de Costa é fruto de um modelo empresarial que privilegia o enxugamento das redações e prejudica a obtenção de boas reportagens por exigir rapidez, fica dificultada a obtenção de um jornal diferenciado, que trata informações exclusivas para seus leitores. O que se afirma aqui não é a necessidade de dar cobertura para todos os acontecimentos, mas de oferecer um produto com qualidade, que oferece análises. Para a obtenção do noticiário breve, curto, já existem outras mídias.

Não faz mais sentido, em minha opinião, tentar abarcar toda a multiplicidade de acontecimentos que podem ser do interesse do leitor a um custo insuportável, quando há uma infinidade de meios pelos quais as pessoas podem se informar sobre esses assuntos de maneira mais rápida e até mais aprofundada. O que o jornal impresso pode oferecer distintivamente é a análise inteligente sobre os temas mais relevantes para a sociedade. (SILVA, 2005, p. 24)

Essas análises, entretanto, não mais serão feitas pela reportagem – que oferece ao leitor a interpretação dos fatos ao abordar diferentes visões de fontes diferentes –, mas pelo colonismo.

A *Folha* de 2005 não sofre de males nem de longe similares às incongruências de estilo que se justapunham na do início da década de 1980 e contra as quais, basicamente, se contrapôs a normatização do Projeto. Mas,

em minha opinião de leitor, ela tampouco obteve a homogeneização de alta qualidade que idealizáramos ao iniciar a "revolução" em 1984. O número de colunas no jornal aumentou e, em geral, são as colunas – cada uma delas estilisticamente comprometidas apenas consigo mesma e seu autor, como é natural – que mais identificam o veículo no público que o consome. (SILVA, 2005, p. 20)

Segundo a colunista de Política de *O Globo*, Teresa Cruvinel, a credibilidade que antes é cobrada das empresas jornalísticas passa a ser debitada, também, dos próprios colunistas. O que ele escreve tem ligação direta com o próprio sucesso empresarial dos veículos.

As empresas jornalísticas têm seus interesses e buscam o lucro mas sabem que seu produto deixará de ser competitivo se o cliente, o cidadão que consome informação, perder a confiança em seu conteúdo. Perdida a credibilidade virá a perda de leitores ou de audiência e com isso a decadência, inclusive financeira, do veículo, com a redução de sua principal fonte de financiamento, que é a publicidade. Pressuposto fundamental de toda a atividade jornalística, a credibilidade é um atributo imprescindível aos colunistas e ao exercício da análise, da interpretação ou da emissão de opinião política. (CRUVINEL, 2006, pp. 218-219)

A afirmação de Cruvinel pode ser comprovada no *Manual de redação da Folha de São Paulo*, quando este trata das colunas de notas:

Embora as colunas de notas sejam um espaço do jornal em que se pode ter mais liberdade para especular e usar informações ‘off the record’, elas devem se ater aos princípios do “Manual de redação”. (PUBLIFOLHA, 2001, p. 38)

Entretanto, afirma Ciro Marcondes Filho, falta às empresas aproveitar a colaboração dos colunistas para construir pautas que lhes garanta a qualidade editorial.

A informatização e a operação em tempo real terceiriza a análise, o comentário, a interpretação, que passam a ser funções tiradas de outras fontes, externas ao jornalismo.

Terceirizar a interpretação ou a explicação da notícia não é, em si, desvantajoso. O jornalismo desde suas origens foi trabalho “intermediário”, processamento de fatos. Ocorre que, neste caso, a informação terceirizada é submetida à lógica do jornalismo, em que a opinião do especialista, do técnico, do pensador é misturada à argamassa de dados do jornal e assim perdida, tornada inócua, esquecida. A produção informatizada diária e contínua de um jornal tende a triturar os fatos – inclusive as análises –, transformando-os em um produto – apesar da aparência atraente, inodoro, incolor, insosso. (MARCONDES FILHO, 2002, pp. 36-37)

Vimos no capítulo 3 que o colunismo opinativo foi a origem do jornalismo econômico no Brasil, pela falta de repórteres qualificados e o preconceito editorial dos jornais com a cobertura da área econômica. Como foi feito este “caminho de volta”, este retorno ao passado?

Segundo Suely Caldas (2003, p. 26), “em 1986, com o debate da desindexação da economia, as editorias de opinião passaram a encomendar artigos a economistas, sociólogos, empresários e trabalhadores e organizá-los em páginas específicas”. Dessa forma, o papel do repórter na construção da análise começa a perder força. Caldas elogia o processo:

Idéias e opiniões não são exclusividade de jornalistas, mas de pensadores, estudiosos, especialistas. Hoje há inúmeros articulistas com espaços fixos, assumindo características de colunistas. (...) Publicam textos que extrapolam os limites da legislação, simplesmente se impõem pelo desejo dos leitores de encontrarem no jornal análises e opiniões de estudiosos e especialistas. (...) A publicação jornalística (...) oferecerá um péssimo cardápio aos seus leitores se não trouxer colunas, análises e comentários de especialistas de diversas áreas, que não são jornalistas. (CALDAS, 2003, p. 41)

O que Caldas parece não perceber é que este “cardápio” é péssimo quando não acompanhado do trabalho de apuração, que esses profissionais desconhecem por não terem formação jornalística.

Em *A desintegração americana: EUA perdem o rumo no século XXI*, Paul Krugman (2006, p. 34), que começou sua coluna no *New York Times* em janeiro de 2000, afirma que “era e sou, profissionalmente, professor de Economia”. Mesmo assim, ganha seu espaço no noticiário.

No verão de 1999, o *New York Times* me contratou para escrever para a página de opinião. Howell Raines, que editava a página, achava que, numa época em que, mais do que nunca, o assunto dos americanos eram os negócios, o jornal precisava ampliar sua página de opiniões editoriais para incluir algo mais do que os temas tradicionais de relações internacionais e política. Fui convocado na expectativa de que poderia focalizar os caprichos da nova economia, o impacto da globalização e os erros dos programas econômicos de outros países. (KRUGMAN, 2006, p. 34)

Não há como verificar se a intenção de Raines, contratar Krugman por achar que sua coluna despertaria o interesse de grande número de leitores, foi obtida. Entretanto, no caso brasileiro, esse tipo de material não desperta o interesse de maior parte do público. É o que afirma Suely Caldas:

Aumentou gradativamente o espaço de artigos de especialistas de fora do jornal. Os editoriais ganharam espaço maior. O índice de leitura dos artigos é bem menor do que o de notícias, o que é natural. Mas trata-se de um leitor qualitativo, mais exigente, politizado e intelectualizado, que quer encontrar nas páginas de opinião debate e pluralidade de idéias. (CALDAS, 2003, p. 27)

Além das colunas de opinião, os jornais publicam àquelas com formato de notas curtas. No noticiário econômico, pode-se afirmar que elas surgiram nos anos 1970, junto com a ampliação de espaço para as editorias de economia, encolhimento das páginas de política e *boom* do “milagre econômico” dos governos militares.

Na *Gazeta Mercantil*, segundo Caldas (2003, p. 24), “onde o destaque e o brilho eram conferidos ao repórter e às melhores matérias, o colunista econômico era chamado de ‘catador de migalhas’, alusão às inúmeras notas que ele precisava apurar todos os dias”.

Tais colunas são muito mais propensas aos *press releases*, o que pode comprometer a qualidade do material oferecido ao leitor. Seja em economia, política ou sociedade, não há coluna de notas que não traga uma intriga, que não seja alvo de algum interesse, que não passe algum recado, que não tome partido de alguém. (CALDAS, 2003, p. 25)

O problema é ainda maior nas edições de sábado, domingo e segunda-feira:

Nas sextas-feiras, quando o colunista escreve três colunas (a de sábado, a de domingo e a de segunda-feira) e precisa triplicar o número de notas, ele quase sempre relaxa e publica o que lhe chega, sem critérios mais rigorosos de seleção. (CALDAS, 2003, p. 25)

Segundo Caldas, há cumplicidade entre as fontes e este tipo de colunista:

É o próprio formato da coluna, o superficialismo das notas obrigatórias e diárias, que criam situações de cumplicidade com as fontes de informação. O informante precisa do colunista e, muitas vezes, ousa utilizá-lo para conseguir determinado objetivo. E o colunista precisa do informante porque sabe que ele tem sempre uma nota nova para as horas de aperto. O resultado disso é ruim, pois se costuma cair na armadilha fácil de fofoca. (CALDAS, 2003, p. 25)

Aqui serão observados os principais pontos de vista contidos nas colunas veiculadas nos cadernos de Economia dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. A metodologia utilizada na pesquisa foi a Mostra Aleatória por Semana Composta. São observadas 28 edições de cada caderno, durante o ano de 2006.

8.1 O colunismo econômico na Folha de S. Paulo

O colunismo econômico da *Folha de S. Paulo* é sustentado, basicamente, por colaboradores do jornal. No colunismo de opinião, como jornalistas aparecem apenas os nomes de Luis Nassif e Vinicius Torres Freire, e o segundo em substituição ao primeiro. Abaixo serão destacadas as principais opiniões contidas nestas colunas.

“Vaivém das commodities” é uma coluna de notas sobre agronegócios publicada por Mauro Zafalon. Seu noticiário é sobre a movimentação do mercado. Nos dias analisados, não trouxe opiniões ou propostas para o setor.

“Mercado Aberto” é a coluna assinada por Guilherme Barros, com a colaboração de Marcelo Sakate e Isabelle Moreira Lima. A coluna publica uma matéria principal cercada de pequenas notas. Utiliza fotografias para destacar personagens. Apresenta lançamento de produtos, ocorrência de seminários e feiras. As pequenas notas, basicamente, são fruto das assessorias de imprensa.

Em “Ministério elimina trâmite para feiras” (07/01/06), utiliza dados do Banco Mundial para elogiar a iniciativa do Ministério do Desenvolvimento de eliminar trâmites burocráticos para a realização de feiras e eventos no Brasil. Entrevista o secretário de Comércio e Serviços do Ministério, Edson Lupatini. No mesmo dia, em “Alta do juros nos EUA perto do fim”, a fonte é José Márcio Camargo, da Consultoria Tendências.

Em “Bola de cristal” (12/01/06), vai endossar números apresentados pela Febraban sobre a economia brasileira. Em “Gerdau defende cautela nas eleições” (15/01/06), afirmará que “a economia tem mostrado sinais de independência em relação à política”.

Em “Empresariado monta plano estratégico” (15/02/06), afirma que “o empresariado quer transferir a objetividade do mundo corporativo para as ações do governo para evitar o risco de continuarmos a perder competitividade”. Em “Receita maior derruba investimento” (14/03), publica: “A questão é saber, no caso dos Estados, se ativos disponíveis tão elevados não serão ‘queimados’ pelos governos neste ano de eleições”.

“Mantega e Meirelles se aproximam” (13/04/06) afirma que “para ser eficiente, a política monetária precisa do apoio da política fiscal, e vice-versa” para afirmar que “depois de um início tumultuado, a relação entre Guido Mantega e Henrique Meirelles começa a se afirmar”.

Em “Juro menor não afetará lucro de bancos” (21/04/06), com entrevista com o presidente do BankBoston no Brasil, Geraldo Carbone, o texto afirma que “os bancos continuarão a ganhar dinheiro independente do juro”.

Em “Medidas serão insuficientes, diz Delfim” (20/05/06), sobre a política cambial, afirma que “poderá haver conseqüência sobre a taxa da inflação”.

Em “Saneamento” (21/05), defende a criação de uma Agência Nacional de Saneamento, com presença da iniciativa privada no setor.

Em “Perguntas sobre Sadia-Perdigão” (22/07/06), afirma que “a oferta hostil de compra da Perdigão pela Sadia poderia representar mais uma megaoperação a transformar a paisagem da indústria brasileira. (...) transações desse porte vão se tornar cada vez mais freqüentes”.

Luís Nassif. Jornalista, é o principal colunista de Economia do caderno. Será substituído, ao longo do ano, por Vinicius Torres Freire.

Em “TV Digital e regulação” (12/01/06), afirma que “um dos nós centrais na discussão sobre a TV Digital é o marco regulatório”. Elogia o modelo britânico. Em “JK e Lucas Lopes” (15/01/06), afirma que “o fato é que, com inflação e tudo, JK conseguiu colocar em pé um conjunto de projetos que havia anos estava flando, à espera de um estadista. Falta apenas um JK com informação, coragem, pique e, agora, com responsabilidade fiscal”.

Em “A lei da remessa de lucros de Vargas” (12/02), firma que “nesses tempos em que se tenta a livre conversibilidade cambial, seria oportuno relembrar algumas crises cambiais da moderna história brasileira” para criticar a proposição.

Em “TIs e exportações” (15/02/06), afirma que “graças a esse emaranhado tributário brasileiro, o McDonald’s conseguiu desenvolver um sistema para tributação tão flexível que serve para qualquer país atendido pelo grupo”.

Em “Partido ao meio” (23/02), sobre as divisões internas do PSDB, afirma que o modelo econômico da PUC Rio “demonstrou incapacidade de gerar crescimento. (...) O ponto central é que, com exceção de Tasso Jereissati – por convicção – e Arthur Virgílio – por repetição -, praticamente não há mais defensores desse modelo bizarro dentro do PSDB”.

Em “A criminosa que não chorava” (12/04), declara que “profundos defensores dos padrões americanos, nós, a da grande mídia, não conseguimos assimilar seus valores, especialmente aqueles referentes aos direitos individuais- com exceção de um ou outro modismo, como a importação de conceitos raciais”.

“O Aerus e a Varig” (21/04), sobre os direitos previdenciários dos funcionários da Varig, elogia atuação da Secretaria de Previdência Complementar: “A SPC percebeu, então, que a intervenção e liquidação seria a única maneira de impedir o saque final do fundo e resguardar parte dos direitos dos aposentados”.

“Patino e o cobre da Bolívia” (21/05/06) afirma que “por mais primário que seja Evo Morales, há uma herança secular boliviana que precisa ser exorcizada”.

Em “A mídia e o fator Lula” (18/06/06) afirma que “muito mais que em qualquer outra época, há a necessidade de rigor de apuração, justamente porque existe uma overdose de notícias, boatos e opiniões exigindo avalista”.

Vinicius Torres Freire. Como Nassif, é jornalista.

Em “Um candidato à procura de um autor” (27/09/06) elogia uma proposta do então candidato do PSDB à presidência: “No programa alckmista, a meta é zerar o déficit nominal do setor público, hoje em torno de 4% do PIB, até 2010. Tal meta pode ser atingida, por exemplo, cortando pela metade a despesa atual com juros (em relação ao PIB)”.

Em “Prefeito de SP ressuscita palavrão” (20/10/06), sobre tentativa da prefeitura paulistana de antecipar receita orçamentária, afirma que “o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab (PFL), quer ressuscitar um palavrão de sinistra memória. (...) O pacote fiscal de FHC foi um fiasco. Baita lambança político-financeira”.

Em “Brasil investe mais lá fora”, (25/10), afirma que “até setembro, empresas brasileiras haviam investido mais em outros países do que o governo federal deve investir no Brasil durante este ano inteiro”. Segundo ele, isso ocorre para que as empresas “se beneficiem de um ambiente econômico menos hostil: com impostos e juros menores, menos burocracia, câmbio mais favorável, infra-estrutura melhor, Justiça mais decente”.

Gesner Oliveira

Oliveira é apresentado como “doutor em Economia pela Universidade da Califórnia (Berkeley), professor da FGV-Eaesp, presidente do Instituto Tendências de Direito e Economia e ex-presidente do Cade”.

Em “Plano tapa-buraco” (07/01/06), Oliveira critica o Governo Federal pelo conjunto de obras anunciadas. “Merece um capítulo especial em qualquer manual de política pública. A paca sintetiza tudo aquilo que deve ser evitado por um Estado eficiente e facilitador do desenvolvimento. (...) É mais uma frustração do ponto de vista da política de infra-estrutura”. Em outro momento, afirma que “o governo silenciou sobre matéria diretamente relacionada à

melhora da infra-estrutura. Trata-se do projeto de lei de agências reguladoras que está parado no Congresso”.

Em “Oportunidade na bonança” (18/02/06), afirma que “Bernanke chamo atenção para a ‘mente aberta’ que o responsável pelo banco central deve ter diante das inúmeras forças que afetam a dinâmica de uma economia. Eis um bom parágrafo para ser lido pelas autoridades monetárias no Brasil”.

Em “Entre Chavez e o mercado” (25/03/06), declara que “uma série de coisas, como a tributação e a eliminação do excesso de burocracia, foram esquecidas”.

“Crime contra a economia” (20/05/06), sobre os ataques do PCC em São Paulo, afirma que “a insegurança pública acentua a concentração e a desigualdade. (...) De outro lado, o crime constitui mais um inibidor do empreendedorismo”.

Paulo Nogueira Batista Jr.

Batista Jr. é apresentado como “economista e professor da FGV-Eaesp. É autor do livro O Brasil e a Economia Internacional: recuperação e defesa da autonomia nacional”.

Em “Cordeiro em pele de cordeiro” (12/01/06), afirma que o setor bancário é privilegiado pela política econômica do país. Segundo ele, “o problema é a configuração do sistema financeiro brasileiro. Dominado por poucas instituições, esse sistema concentra enorme parcela de poder político e econômico”. Cita matéria da Folha de S. Paulo para justificar seus argumentos.

Em “Populismo cambial” (23/02), afirma: “Parece INACREDITÁVEL que o governo não só permita como estimule a valorização cambial praticando juros estratosféricos. (...) Parte da explicação está no fundamentalismo da equipe econômica, em especial da diretoria do Banco Central, excessivamente concentrada no combate à inflação à qualquer custo”.

José Alexandre Scheinkman

Scheinkman é apresentado como “professor de Economia da Universidade Princeton (EUA)”.

Em “A questão da produtividade” (15/01/06), vai utilizar estudo da Consultoria Tendências para debater a produtividade de empresa brasileira. Segundo ele, o mau desempenho deste índice se deve “à crescente informalização de nossa economia, à baixa taxa de investimento em infra-estrutura e à pouca importação de bens de capital”. Para Scheinkman, “a informalidade diminuirá quando tivermos menos burocracia e um sistema tributário mais racional”.

Em “A doença Holandesa e os males do Brasil” (12/02/06), cita reportagem da *The Economist* para afirmar que “Não obstante esse pedigree pouco sólido, a recente valorização cambial brasileira é parte das nossas taxas de juros”. Segundo ele, “O Brasil precisa diminuir as barreiras à importação para que setores da nossa indústria se tornem mais competitivos no mercado externo”.

Em “Crime e castigo” (21/05/06), afirma que “a literatura econômica documenta que a desigualdade está associada a uma maior taxa de delinquência. Diminuir a desigualdade é uma prioridade para o país, e não somente por causa de seu efeito no crime”.

Luiz Gonzaga Belluzzo

Belluzzo é apresentado como “professor titular de Economia da Unicamp. Foi chefe da Secretaria Especial de Assuntos Econômicos do Ministério da Fazenda (governo Sarney) e secretário de Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo (governo Quéricia)”.

Em “Pobre democracia” (15/01/06), escreve sobre o processo sucessório do Supremo Tribunal Federal. Afirma que “o povo brasileiro corre o risco de, ainda uma vez, assistir à mutilação de sua soberania, surrupiada pela soberba tecnocrática e corporativista, não bastasse a independência do Banco Central”.

Em “O teorema de Baden-Baden” (12/02/06), usa matéria da revista alemã *Der Spiegel* para afirmar que “a velha conversa sobre os benefícios do comércio – os países avançados produzem bens de alta tecnologia com trabalho qualificado enquanto os menos desenvolvidos se dedicam aos setores de mão-de-obra não qualificada – tornou-se obsoleta com a presença da China”.

Paulo Rabello de Castro

Castro é apresentado como “doutor em Economia pela Universidade de Chicago (EUA), é vice-presidente do Instituto Atlântico e Chairman da SR Rating, classificadora de riscos. Preside também a RC Consultores, consultoria econômica, e o Conselho de Planejamento Estratégico da Fecomércio/SP”.

Em “Incentivos. Para quem?” (15/02/06), critica o Governo. “Quem fixa o juro básico, por meio do Copom, é o próprio Banco Central. Não se pode chamar isso, propriamente, de mercado. É o governo quem, deliberadamente, acredita que juros altos fazem bem à saúde financeira do país”. E defende o sistema bancário: “A própria Febraban, por meio de seu competente economista-chefe, Roberto Troster, tem mostrado a proveniência dos encargos elevadíssimos na concessão de um empréstimo bancário”.

Em “Verdades inconvenientes” (12/04/06), critica o empresariado agrícola: “Estamos convencidos, por exemplo, de que o Brasil do penado contribuinte paga uma conta grande pelos erros de avaliação do de produtores rurais (...) que agora ‘choram’ ao governo por mais uma rolagem dos débitos”.

Em “Eleições 2006: agenda das oposições” (27/09/2006), afirma que “os documentos de Geraldo e Cristovam parecem ter o mesmo DNA, caracterizado pelo foco no crescimento, como objetivo maior dos seus programas, um diagnóstico comum sobre o círculo viciosos dos juros altos e dos tributos que escorçam o empresário nacional”.

Em “A educação de um presidente” (25/10/06), afirma que “o aprendizado presidencial é lerdo. (...) O presidente bem-educado saberá que ele, seu governo, as medidas que tomará, as reformas que encaminhará (ou não), tudo fará parte do jogo de expectativas econômicas a determinar o ritmo dos futuros investimentos”.

Benjamin Steinbruch

Steinbruch é apresentado como “diretor-presidente da Companhia Siderúrgica Nacional, presidente do conselho de administração da empresa e primeiro vice-presidente da Fiesp.

Em “Ser um Bric” (14/03), afirma que “esse noivado longo e penoso com a América Latina e o Mercosul vale a pena, mas demorará. A maior parte dos países da América Latina está de olhos voltados para outro noivo, os EUA (parceiro que nunca podemos desdenhar)”.

“Colar nos Brics” (21/03) afirma que “a experiência histórica mostra que os países que enriqueceram, no século passado, como Japão e Coréia do Sul, apresentaram quatro características básicas: estabilidade macroeconômica, com baixa inflação, equilíbrio das contas públicas, estímulo aos investimentos, juros moderados e taxa de câmbio desvalorizadas, de forma a estimular a atividade exportadora. (...) A quarta, a abertura da economia, tanto para o comércio internacional quanto para os investimentos externos”.

Em “Rogério Ceni para o BC” (21/11), afirma que “ousadia é algo que está em falata na condução da economia brasileira. (...) Não bastam medidas pontuais, que atendam apenas a um ou outro nicho setorial, embora alguns setores estratégicos exijam, atenção especial”. Para ele, “ousadia será cortar gastos da Previdência, que representam um peso insuportável para o setor público”.

Luiz Carlos Mendonça de Barros

Mendonça de Barros é apresentado como “engenheiro e economista, é economista-chefe da Quest Investimentos. Foi presidente do BNDES e ministro das Comunicações (governo FHC)”.

Em “Política e economia” (21/04/06), afirma que, com a entrada da China no comércio global, “a questão dos salários é o primeiro item a ser considerado, em razão do peso elevado que tem na estrutura de preços da grande maioria das empresas modernas. (...) Assim, deveria ocorrer uma redução nos salários e direitos trabalhistas nas regiões mais avançadas socialmente”.

Em “A doença chama-se hemocromatose” (11/08/06) afirma que “utilizar corretamente esse excesso estrutural de moeda estrangeira para trazer de volta um período saudável de crescimento acelerado e sustentável é uma obrigação do próximo governo, a ser eleito neste ano”.

Em “O ataque às privatizações” (20/10/06), critica o debate eleitoral e afirma: “Sinto-me na obrigação de trazer essa discussão ao nível da racionalidade e da verdade”.

Luiz Carlos Bresser-Pereira

Bresser-Pereira é apresentado como “professor emérito da Fundação Getúlio Vargas, ex-ministro da Fazenda, da Reforma do Estado e da Ciência e Tecnologia”.

Em “Os mitos raciais” (17/07/06), afirma que “na prática, a discriminação no Brasil é fortíssima, conforme todas as pesquisas comprovam” sem citar uma única pesquisa.

Marcos Cintra

Cintra é apresentado como “doutor pela Universidade Harvard (EUA), professor titular e vice-presidente da Fundação Getúlio Vargas, foi deputado federal (1999-2003)”.

Em “Bird e o peso morto tributário” (18/09/06), afirma que “é no campo tributário em que residem os maiores entraves aos negócios na economia brasileira. (...) Já passou da hora de o Brasil fazer uma reforma que simplifique a estrutura, reduza o ônus sobre os agentes produtivos e capture a informalidade”.

8.2 O colunismo econômico em O Estado de S. Paulo

O colunismo econômico de *O Estado de S. Paulo* conta com material produzido pela equipe do jornal (Sonia Racy, Ribamar Oliveira, Ethevaldo Siqueira, Suely Caldas, Celso Ming e repórteres setorializados), colaboradores jornalistas como Carlos Alberto Sardenberg,

Rolf Kuntz e Alberto Tamer, além de economistas e líderes empresariais. Ao contrário da *Folha de S. Paulo*, entretanto, não são colaboradores fixos, ao menos quinzenais. Desta forma, suas colunas não serão analisadas neste trabalho. O único desses colaboradores com espaço fixo, Maílson da Nóbrega, tem coluna semanal aos domingos. Como a visão de Nóbrega sobre os fundamentos da Economia e a organização do Estado já foram explicitadas em capítulos anteriores deste trabalho, suas colunas também não serão analisadas.

Para registro, ressalte-se que no período observado tais colaborações partiram de Rogério Furquim Werneck (doutor em Economia pela PUC Rio), Luiz Gonzaga Bertelli (diretor da Fiesp), Alfried Plöger (presidente da Abrigaf), Abram Szajman (presidente da Fecomércio-SP), Roberta Noroschny (advogada), Octaviano Canuto (diretor-executivo do BancoMundial), Paulo Skaf (presidente da Fiesp), Manoel Felix Cintra Neto (presidente do conselho de administração da BM&F), Napoleão Casado Filho (advogado), José Pastore (economista da FEA-USP), Josef Barat (sócio-diretor da Planam), Nelson Brasil de Oliveira (vice-presidente da Abifina) e Gustavo Loyola (ex-presidente do BC).

“Mídia e publicidade”, publicada às segundas-feiras, “Microempresas”, publicada às terças-feiras, “Projetos sociais”, publicada às quartas-feiras, “Carreiras”, publicada às quintas-feiras e “Agronegócios”, publicada às sextas-feiras, seguem o mesmo modelo.

Apresentam uma matéria principal, podendo ocorrer uma coordenada, além de pequenas notas (lançamento de livros, eventos), fruto de assessorias ou de agências de notícias.

“Mídia e publicidade” é produzida por Alberto Komatsu e Marili Ribeiro. “Microempresas” por Ana Paula Lacerda. “Projetos sociais” por Andréa Vialli, “Carreiras” por Marina Faleiros e Agronegócios pela equipe da Agência Estado ou pelas sucursais. A coluna traz matérias sobre a economia agrícola de todos os estados do Brasil.

Ethevaldo Siqueira. Jornalista.

Ethevaldo Siqueira escreve sobre Tecnologia da Informação e Economia Digital. A maioria das colunas traz noticiário sobre inovação e lançamentos de produtos. No período analisado, vale citar duas colunas.

Em “Escolha do padrão digital pode surpreender” (21/03/06), afirma que “a decisão final do governo sobre o padrão tecnológico da TV Digital poderá surpreender a todos quantos acreditam na opção pessoal do ministro das Comunicações, Helio Costa”. E critica as

emissoras de televisão: “Como uma orquestra, em uníssono, a maioria esmagadora das emissoras de TV, lideradas pela Abert e pela Rede Globo – defendeu o padrão japonês”.

Em “Agora sim, derrotamos o crime organizado” (21/05/06), critica a posição de que as áreas próximas aos presídios deveriam ter a frequência de funcionamento dos aparelhos celulares cortada. “E como irá fazer a Justiça daqui a três anos, quando quase todas as cidades deverão estar cobertas por sinais das redes sem fio de alta velocidade, Wi-Fi WiMax?”.

“Direto da fonte” é a coluna da jornalista Sonia Racy. O modelo é semelhante ao “Mercado Aberto”. Aos domingos, a coluna é ocupada por uma entrevista. Racy não conta com colaboradores em sua coluna.

Em “Aumento de reservas e novas emissões aumentam custo fiscal” (12/01/06), afirma que “há inúmeras controvérsias em relação à agressiva compra de reservas por parte do Tesouro Nacional. Afinal, elas rendem, segundo a Global Invest, algo como 4% e custam ao Tesouro cerca de 10%”.

Em “Apex amplia prazos e instala sistema de controle de gestão” (23/02/06), critica o governo e elogia os exportadores ao afirmar que “para tentar fazer frente” à valorização do real, a Apex-Brasil está implantando uma estratégia de longo prazo”.

Em “BC pode encontrar espaço para reduzir juros mais rapidamente” (25/03/06), afirma que “embora os núcleos da inflação ao consumidor sigam em níveis elevados, aumenta o espaço para que a redução da Selic se dê em um ritmo um pouco mais rápido do que vem ocorrendo”.

Em “Levy acredita que Lula vai manter o ajuste fiscal”, afirma que “a cada dia que passa, crescem as preocupações dos mercados e de economistas com o destino das contas públicas.”

Em “Agnelli defende aprofundamento das relações Brasil-EUA” (20/05/06), afirma que “em tempos discutíveis da política externa brasileira, Roger Agnelli exaltou o potencial de crescimento nas relações Brasil-EUA”.

Em “Brasil precisa mudar modelo de crescimento” (20/10/06), afirma que “o Brasil não vai crescer enquanto não mudar o modelo de crescimento de gastos correntes que vem desde a Constituição de 1988”.

Alberto Tamer. Jornalista.

Em “Carnaval no comércio exterior” (11/07/06), critica o governo brasileiro e elogia a China: “a China segue a cotação do dólar e não deixa sua moeda se valorizar, dando imenso poder de competição aos seus produtores”.

Em “Crise e investimento” (21/03/06), afirma que “é preciso que os fatores internos e externos também sejam favoráveis, como o câmbio, por exemplo. (...) Em muitos casos ficou mais fácil importar do que produzir”.

Em “EUA crescem com imigrantes” (25/10), cita artigo de Martin Wolf no *Financial Times* para afirmar que “na França, a população parece crer que todos podem, e devem, ser tratados como funcionários públicos”.

Ribamar Oliveira. Jornalista.

Em “Opção pelo investimento” (17/07/06), sobre projeto de lei que regularia o saneamento básico, afirma que “o pragmatismo presidencial sacrificou, por exemplo, a participação dos conselhos das cidades no controle dos serviços de saneamento. Pelo projeto aprovado, os conselhos terão caráter meramente consultivo”.

Já em “Pensando no ano que vem” (18/09/06), afirma que “não está prevista nova rodada de reforma tributária, mas apenas a provação da rodada que está no Congresso. (...) o presidente Lula não deve propor uma ampla reforma da Previdência”.

Carlos Alberto Sardenberg. Jornalista.

Sardenberg, em “Falta-nos um Plano Real da Segurança” (20/05/06), afirma que “para romper o impasse e o falso dilema dos direitos humanos e polícia será necessária uma liderança capaz, como a de FHC em 1994, que soube reunir as cabeças e criar as condições políticas para implantar o real, a moeda estável”.

Em “Por que brigar com Bush” (18/09/06), afirma que “em qualquer país, os setores econômicos menos competitivos não querem saber de abertura comercial, por motivos óbvios”.

Suely Caldas. Jornalista.

Em “Tirar o corpo fora” (21/05), afirma que “a superação da pobreza depende, em boa parte, da capacidade de a economia gerar empregos e oportunidades de crescimento individual para a parcela da população socialmente excluída”.

Em “PT erra na mosca” (18/09/06), Caldas afirma que “há 20 anos, quem defendesse a independência do PT era xingado de direitista. (...) Hoje a questão deixou de ser ideológica, não é de esquerda ou de direita, simplesmente é necessária”.

Rolf Kuntz. Jornalista.

Kuntz, em “Por que preservar o FMI” (15/01/06), afirma que “quando a situação de um país é tão ruim que o acesso ao mercado se torna impossível, a adoção de políticas duras de ajuste deixa de ser questão de escolha”.

Em “A crise da diplomacia” (21/03/06), afirma que “uma redução maior da vulnerabilidade ainda vai depender de uma arrumação mais ampla e mais segura das contas públicas”.

“Será?” (17/07/06) afirma que, na América Latina, “As finanças públicas foram em geral afetadas por fatores institucionais, como a rigidez orçamentária, associada à vinculação de verbas. (...) Recentes mudanças, como a adoção de leis de responsabilidade fiscal, metas de inflação e câmbio flexível, justificam algum otimismo”.

Celso Ming. Jornalista.

“Grau de investimento” (15/02/06) afirma que “o principal efeito da obtenção do grau de investimento não é a queda da Selic, mas a criação de condições para que o Tesouro possa lançar títulos da dívida pública com juros prefixados”.

Em “Sem renovação de idéias” (18/02/06), sobre as críticas à política econômica, afirma que “o diabo é que essas sempre renovadas críticas não conseguem sair da retórica. Quando se trata de avançar para além das queixas e passar à montagem de um sistema diferente do que está aí, ninguém até agora foi capaz de propor coisa melhor”.

Em “Ainda não virou” (23/02/06), publica que “a valorização do real está criando em alguns segmentos do mercado, especialmente entre os exportadores, uma enorme aflição. Mas essa aflição está prejudicando a objetividade na análise do que assola o país”.

9 Conclusão

Quando era apenas um esboço, *Colunismo econômico na Folha e no Estadão* levantava uma questão: como o jornal impresso pode sobreviver, como produto de qualidade, frente às inovações tecnológicas, que permitem ao cidadão obter informação rápida e teoricamente gratuita através da TV, do rádio e da *Internet*?

Este questionamento torna-se ainda mais importante quando falamos de notícias econômicas. Como afirmou Juliano Basile sobre a linguagem utilizada nas matérias que cobrem o meio jurídico, trata-se de oferecer ao leitor informações que lhe garantam o conhecimento de seus direitos.

Ao leitor de grandes jornais, e mais especificamente o da *Folha de S. Paulo* ou de *O Estado de S. Paulo*, esse direito é parcialmente negado. Em parte pela linguagem cifrada, por gráficos e índices que não são traduzidos para notícias que, de fato, influenciam seu dia-a-dia, seu salário, a qualidade da Saúde e Educação que o Estado lhe oferece.

Mas, se não podemos negar a importância desse fato, de longe ele é o mais preocupante. Falta nos veículos analisados um dos aspectos centrais do fazer jornalístico: apuração.

Privilegia-se a opinião pronta, acabada e, porque não afirmar, nada desinteressada de especialistas, de tecnocratas, de representantes de variados grupos de interesse. O leitor perde a oportunidade de fazer seu julgamento sobre os fatos. Isso lhe é entregue com o belo acabamento de jornais vistosos e coloridos, mas que oferecem cada vez menos conteúdo informativo.

Para entender por que esse modelo de jornalismo, consagrado pelo Projeto Folha, ter ganho quase todas as redações do país, tornou-se necessário entender as transformações ocorridas nas empresas jornalísticas, agora “de informação”.

Grupos tão estruturados e capitalizados deixaram de investir na reportagem por decisões econômicas e editoriais. Quem perde é o leitor, que não é questionado e estimulado a pensar pelo produto que folheia.

Por isso *Colunismo econômico na Folha e no Estadão* tornou-se um passo. Um passo de uma caminhada que começou em diversas disciplinas cursadas no curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, caminhada estimulada por professores, alunos e funcionários desta casa.

Este trabalho sofreu pela limitação de tempo e de recursos. Entretanto, cumpriu seu papel acadêmico ao organizar idéias, levantar questionamentos, buscar respostas. Algumas foram encontradas na bibliografia usada em sua construção, outros serão respondidos pelo dia-a-dia nas redações.

Há ainda os questionamentos que merecem a abordagem de uma futura pesquisa: como os próprios economistas vêem o noticiário desses jornais? Eles, que dispõem do arcabouço teórico para responder aos questionamentos da econometria, merecem ser ouvidos. Entretanto, o Jornalismo também tem muito a colaborar com eles, alguns colaboradores das empresas de comunicação, e com acesso diário aos jornais, rádios e TVs do país.

Na concepção deste trabalho, pensou-se em entrevistar representantes de algumas escolas de pensamento econômico: o que cérebros tão díspares quanto os de um Edmar Bacha, um Carlos Lessa e um Reinaldo Gonçalves têm a dizer sobre o colunismo econômico?

Entretanto, a pesquisa sobre o tema teve que encontrar respostas para outras perguntas, consideradas de maior relevância na construção do arcabouço teórico que dá sustentação à análise do colunismo. Trata-se do jornalismo e de como ele está evoluindo.

O que exemplos de um Caco Barcellos, um José Hamilton Ribeiro, para não falar de um Gay Talese, um Norman Mailer, um Ryszard Kapucinski, não têm para ensinar aos empresários que controlam nossos jornais?

Este trabalho levou ao questionamento sobre se a crise da reportagem significa, na verdade, a crise do próprio jornalismo. Este é outro caminho acadêmico a ser trilhado. Como relacionar avanço tecnológico, qualidade gráfica e texto de qualidade?

Sobre o jornalismo econômico, especificamente, cabe ressaltar que a *Gazeta Mercantil*, por sua importância histórica, mereceu a atenção de pesquisadores. A academia, entretanto, está devendo uma análise mais elaborada sobre o *Valor Econômico*.

É corrente a idéia de que o jornalismo econômico é chato, de difícil leitura, que aborda temas alguns degraus acima da estratosfera. Em uma vida profissional que agora se inicia, esta percepção do jornalismo econômico será lembrada: para fazer o oposto.

O tema jornalismo econômico é extenso, o colunismo idem. Entretanto, se foram encontradas diversas fontes para a realização deste trabalho, não se achou nenhuma publicação específica sobre colunismo econômico.

Aqui não se afirma que não exista material acadêmico ou editorial sobre o tema. Mas, se existe, não está nas prateleiras das dezenas de livrarias que ajudam a compor uma metrópole como este Rio de Janeiro. Nem mesmo no *Google*.

Assim, espera-se que este trabalho possa servir como passo para outras caminhadas.

Referências

ABREU, Alzira Alves. **Jornalistas e editorias de economia**. 2001. Não paginado. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2001/abreu2001.rtf>>. Acesso em: 18 abr. 2007.

ALBUQUERQUE, Afonso. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In: BENTZ, I; PINTO, M; RUBIN, A (Org.). **Produção e recepção dos sentidos mediáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

ALMEIDA MARTINS, Sylvia Jorge. **Joelmir Beting: Elo entre linguagens**. 2005. Paginação irregular. Disponível em <www.congressoaled2005.puc.cl/pdf/almeida%20martins.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2007.

ALVES, Márcio Moreira. **Desenvolvimento e jornalismo econômico**. Não datado. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/MarcioMoreira.jsp>. Acesso em: 13 abr. 2007.

AMARAL, Chico. **O jovem Estadão e o ágil Jornal da Tarde**. 2006. Não paginado. Disponível em <<http://www.anj.org.br/files/Eventos/2006/workshopfotografia/palestras/chicoamaral.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2007.

BARONCELLI, Wilson; PRADO, Antonio Alberto; RIBEIRO, Eduardo. **Otávio Frias Filho solta o verbo e fala da Folha, de Lula e do jornalismo**. Não datado. Não paginado. Disponível em <<http://www.jornalistasecia.com.br/prot/protagonistas001.htm>>. Acesso em: 23 abr. 2007.

BASILE, Juliano. Jornalistas e juízes: em busca do cidadão. In: SEABRA, R; SOUZA, V. (Org.). **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

BERABA, Marcelo. **Os meios em discussão**. Não datado. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/MarceloBeraba.jsp>. Acesso em: 15 abr. 2007.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2003.

CAROS AMIGOS entrevista Aloysio Biondi. Não datado. Não paginado. Disponível em <http://carosamigos.terra.com.br/outras_edicoes/grandes_entrev/biondi.asp>. Acesso em: 15 abr. 2007.

CARVALHO, Patrícia Maurício. **O jornalismo econômico em jornal no Rio de Janeiro**. Tese de Mestrado em Comunicação apresentada à ECO/UFRJ, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2001.

CARVALHO, Vanderlei Souza. **Imprensa e neoliberalismo no Brasil (1995-1998): o posicionamento da revista Veja no primeiro governo FHC**. 2004. Disponível em <<http://libdigi.unicamp.br/document/?view=vtls000314340>>. Acesso em: 13 abr. 2007.

CORREIA JÚNIOR, Milton. Design gráfico conquista espaço: Experiências mais avançadas no país e no mundo são mostradas em evento. 2006. Não paginado. Disponível em <<http://www.anj.org.br/jornalanj/?q=node/733>>. Acesso em: 19 abr. 2007.

COSTA, Caio Túlio. **Ombudsman: O relógio de Pascal**. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

CRUVINEL, Tereza. Colunismo: análise, opinião e ética. In: SEABRA, R; SOUZA, V. (Org.). **Jornalismo Político: Teoria, História e Técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

DELMANTO, Renato. **O peso do conteúdo nas mudanças gráficas dos jornais**. 2006. Não paginado. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=399FDS002>>. Acesso em: 15 abr. 2007.

EMMOTT, Bill. **Visão 20:21: Lições do século 20 para o novo milênio**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

FARIA, Armando Medeiros de. **O jornalismo econômico e o processo de privatização**. 1999. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/6gt/armando.rtf>>. Acesso em: 18 abr. 2007.

FOLHA lança novo projeto gráfico. **Folha Online**. São Paulo, 2006. Não paginado. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2006/novoprojetografico/0001.shtml>>. Acesso em: 19 abr. 2007.

FRANCISCO, Kátia Cristina. **O estudo do economês nos jornais “O Estado” e “Correio do Estado” de Mato Grosso do Sul**. 2006. Paginação irregular. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

FRANCO, Gustavo H. B. Franco. **O jornalismo econômico**. Não datado. Não paginado. Disponível em <<http://www.econ.puc-rio.br/gfranco/veja55.htm>>. Acesso em: 13 abr. 2007.

GALUPPO, Ricardo. O Homem que rima números: Ex-bóia-fria e ex-coroinha, Joelmir Beting faz versos para explicar a economia. **Veja**, São Paulo, 21/07/1999.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes; e GUIMARÃES, André Sathler. **Jornalismo econômico: Uma análise do discurso**. Não datado. Paginação irregular. Disponível em <www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/jornal/elizabethmoraesgoncalves.doc>. Acesso em: 13 abr. 2007.

KANITZ, Stephen. **Perdoem o meu desabafo II**. Não datado. Não paginado. Disponível em <<http://www.kanitz.com.br/desabafo.asp>>. Acesso em: 13 abr. 2007.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2003.

KRUGMAN, Paul. **A desintegração americana: EUA perdem o rumo no século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 1996.
_____ **Paradoxos do jornalismo econômico**. Revista Adusp. São Paulo: Dezembro 1997.

KUPFER, José Paulo. **Todos não são iguais**: Um prêmio Nobel diz que não é possível distribuir “pequenas igualdades” para todos. Tentar isso é certeza de fracasso. 2003. Não paginado. Disponível em <http://veja.abril.com.br/especiais/35_anos/hayek.html>. Acesso em: 13 abr. 2007.

KUNTZ, Rolf. **Pauteiros e editores entre o ritual e a notícia**. 2006. Não paginado. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=391IMQ002>>. Acesso em: 14 abr. 2007.

_____ **Quelle língua ist this one?**. 2006. Não paginado. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=369IMQ001>>. Acesso em: 13 abr. 2007.

_____ **Para onde vai o jornalismo econômico**. 2005. Não paginado. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=330IMQ004>>. Acesso em: 13 abr. 2007.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

_____ **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1985.

_____ **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2004.

_____ **A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

LAUX, Rosvita Saueressig. **A imprensa econômica no Brasil pós-Real.** 1995. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/Rosvita.jsp>. Acesso em: 13 abr. 2007.

LENE, Hérica. **A emergência do capitalismo cognitivo e as mudanças no jornalismo econômico.** Não datado. Paginação irregular. Disponível em <www.bocc.ubi.pt/pag/leneherica-emergencia-do-capitalismo-cognitivo.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2007.

_____ **A crise da Gazeta Mercantil: tradição e ruptura no jornalismo econômico brasileiro.** 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004. Disponível em <http://www.bdttd.ndc.uff.br/tde_arquivos/28/TDE-2006-10-04T125654Z-427/Publico/herica.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2007.

_____ **Os meios de comunicação e a construção do verdadeiro no campo econômico.** 2006. Disponível em <www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/abril2006_hericalene.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2007.

LIMEIRA, Amundsen. **Disputa acirrada.** 2005. Não paginado. Disponível em <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/web/textos.asp?codigo=14440>>. Acesso em: 22 abr. 2007.

_____ **Com mão-de-ferro.** 2006. Não paginado. Disponível em <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/web/textos.asp?codigo=17082>>. Acesso em: 22 abr. 2007.

_____ **Ser ou não ser especial, eis a questão.** 2006. Não paginado. Disponível em <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/web/textos.asp?codigo=15509>>. Acesso em: 22 abr. 2007.

MACIEL, Inês Maria Silva. **Inovação tecnológica ou toyotismo na redação? Um estudo de caso sobre as mudanças técnico-organizacionais em uma redação de jornal e suas implicações no processo de trabalho.** 2003. 166f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção)-Coppe, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

MAIS tapa-buraco. **Folha de S. Paulo.** São Paulo, 13 jun. 2007. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1306200701.htm>>. Acesso em: 14 jun. 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MAURICIO, Patrícia. **O personagem econômico**: um contraponto emocional à linguagem racional do jornalismo. Não datado. Não paginado. Disponível em <publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceumediaalceu-n7-Mauricio.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2007.

MEDINA, Cremilda. Lugar do jornalista: no centro das tensões. In: SEABRA, R; SOUZA, V. (Org.). **Jornalismo Político**: Teoria, História e Técnicas. Rio de Janeiro: Record, 2006.

MIGUEL, Everton. **Crítica ao desconstrucionismo da objetividade jornalística**. 2005. Não paginado. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=345DAC002>>. Acesso em: 14 abr. 2007.

NASSIF, Luis. **O jornalismo econômico**. Não datado. Não paginado. Disponível em <http://www.scritta.com.br/mediatraining/para_refletir/l_nassif.html>. Acesso em: 13 abr. 2007.

_____. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003.

NÓBREGA, Maílson da. **O Brasil em transformação**. São Paulo: Gente, 2000.

PALMEIRA, Rosa Cristina Maia. **Jornalismo econômico no Brasil**. Monografia de Graduação em Jornalismo apresentada à ECO/UFRJ, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1989.

PEDROSA, Sônia. **A Representação Social do Trabalhador nas Páginas do Jornalismo Econômico**. Não datado. Paginação irregular. Disponível em <repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904173021R1157-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2007.

PEDROSO, Rosa Nívea. **Considerações sobre produção, discurso e análise em jornalismo**. 2005. Paginação irregular. Disponível em <<http://www.saladeprensa.org/art601.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2007.

POR que investir fora. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 03 jun. 2007. Disponível em <<http://www.estado.com.br/editorias/2007/06/03/edi-1.93.5.20070603.2.1.xml>>. Acesso em: 03 jun. 2007.

PUBLIFOLHA. **Manual de redação**: Folha de S. Paulo. São Paulo: 2001.

_____. **Um país aberto**: Reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o Jornalismo Contemporâneo. São Paulo: 2003.

QUINTÃO, Ayle-Salassie F. **Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

RABELO, Ricardo Fonseca. **Mundialização, neoliberalismo e discurso jornalístico**: Uma análise do jornalismo econômico. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura apresentada à ECO/UFRJ, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.

REPORTAGEM: **Hayek contra Keynes**. Ano 4, nº 70 (jul.-set.). Belo Horizonte: 2005.
_____ **Não há vagas**. Ano 5, nº 72 (out.-nov.). Belo Horizonte: 2005.

RESENDE, José Venâncio de. **Construtores do Jornalismo Econômico. Da cotação do Boi ao Congelamento de Preços**. São Paulo: Ícone, 2005.

ROCHA, Marco Antônio. **Imprensa e Empresas em busca do lead**. 1994. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/MarcoAntonio.jsp>. Acesso em: 14 abr. 2007.

SANDRONI, Paulo. **Traduzindo o economês: para entender a economia brasileira na época da globalização**. São Paulo: Best Seller, 2000.

SARDENBERG, Carlos Alberto. **A transição no jornalismo econômico**. 1995. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp>. Acesso em: 13 abr. 2007.

SILVA, Carlos Eduardo Lins. **Seis mil dias: seis mil dias depois**. São Paulo: Publifolha, 2005.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.

VIEGAS-LEE, Camila. **O intérprete do equilíbrio**: A análise refinada de Edmund Phelps, ganhador do último prêmio Nobel de Economia, sobre o complexo jogo que sustenta a dinâmica macroeconômica e incide no ambiente de negócios. Mundo Corporativo: Ano 5, nº 16 (2º trimestre). São Paulo: 2007.

VOGT, Carlos. **O discurso dos meios**. Não datado. Não paginado. Disponível em <www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/CarlosVogt.jsp>. Acesso em: 14 abr. 2007.

Periódicos:

Folha de S. Paulo: edições de 20, 26 e 28 de janeiro de 2006, 12, 15, 18 e 23 de fevereiro de 2006, 14, 21 e 25 de março de 2006, 12, 13 e 21 de abril de 2006, 20 e 21 de maio de 2006, 18 e 29 de junho de 2006, 17 e 22 de julho de 2006, 10 de agosto de 2006, 18 e 27 de setembro de 2006, 20 e 25 de outubro de 2006, 21 de novembro de 2006, 01, 10 e 28 de dezembro de 2006, 25 à 31 de março de 2007, 15 à 21 de abril de 2007, 13 à 19 de maio de 2007 e 03 à 09 de junho de 2007.

O Estado de S. Paulo: edições de 20, 26 e 28 de janeiro de 2006, 12, 15, 18 e 23 de fevereiro de 2006, 14, 21 e 25 de março de 2006, 12, 13 e 21 de abril de 2006, 20 e 21 de maio de 2006, 18 e 29 de junho de 2006, 17 e 22 de julho de 2006, 10 de agosto de 2006, 18 e 27 de setembro de 2006, 20 e 25 de outubro de 2006, 21 de novembro de 2006, 01, 10 e 28 de dezembro de 2006, 25 à 31 de março de 2007, 15 à 21 de abril de 2007, 13 à 19 de maio de 2007 e 03 à 09 de junho de 2007.

Entrevistas:

- Cley Scholz, editor do caderno Economia & Negócios, de O Estado de S. Paulo.

- Sergio Malgebier, editor do caderno Dinheiro, da Folha de S. Paulo.

ANEXO A - Por que investir fora

Empresas brasileiras investiram US\$ 5,2 bilhões no exterior, de janeiro a março deste ano, para ampliar suas bases de produção e comercialização. O investimento no exterior das companhias nacionais, nesse período, foi 57,5% maior que o do primeiro trimestre de 2006. Novas negociações estão em andamento e mais empresas deverão ganhar ou reforçar, ainda este ano, a condição de grupos internacionais. É uma tendência normal e perfeitamente saudável no caso de uma economia grande e com presença crescente no comércio global. Outros emergentes, como a China, a Índia e o México, também são sedes de companhias com estrutura internacional. Já não são somente receptores, mas também fontes de capitais destinados ao investimento direto externo. Mas a novidade, no Brasil, não é apenas o aumento das aplicações no exterior. É também a diversificação das firmas investidoras, agora com participação de grupos de vários setores e também de companhias pequenas e médias. Para uma avaliação mais precisa dessa tendência, é preciso perguntar por que essas empresas decidiram investir fora do País.

Grandes grupos foram os primeiros a investir no exterior. Alguns buscaram melhor acesso a mercados, para contornar, por exemplo, barreiras protecionistas - caso de produtores de suco de laranja. Empresas siderúrgicas têm comprado usinas no exterior tanto para obter acesso a mercados como para ganhar a escala e a musculatura necessárias num setor dominado, cada vez mais, por grupos gigantescos.

A Petrobrás, uma das primeiras a ganhar escala internacional, seguiu o caminho de todas as grandes petroleiras, buscando oportunidades de pesquisa, exploração e comercialização em vários continentes. Assim, a empresa se expandiu e garantiu o abastecimento de óleo para o Brasil.

Outras companhias simplesmente aproveitaram as oportunidades abertas com a criação do Mercosul. Os primeiros investimentos foram feitos nos anos 90 e a tendência de investir na vizinhança ressurgiu, com força, recentemente. O crescimento da Argentina, depois de anos de recessão, e o dinamismo do Chile e de outros países latino-americanos têm estimulado a instalação de filiais.

Parte do investimento externo das empresas brasileiras tem sido motivada, no entanto, pelas dificuldades de operar somente com base no Brasil. A valorização do real é um dos motivos alegados. Embora a depreciação do dólar seja um fenômeno global, seu efeito tem sido sentido mais aqui do que em outros países. Mas esse é um fator conjuntural, por si só insuficiente para motivar a compra ou a montagem de filiais no exterior.

Empresários de vários setores têm apontado outros problemas, quando falam em comprar ou construir indústrias no exterior. A diferença de custos e as dificuldades de acesso a grandes mercados, por falta de acordo comercial com os EUA, têm peso considerável.

Os custos são agravados principalmente pelo sistema tributário e pelos chamados encargos sociais - além das péssimas condições da infra-estrutura. Os impostos atrapalham tanto pelo peso quanto por sua complexidade. O investimento produtivo é mais caro no Brasil do que noutros países por causa da tributação.

Maus tributos prejudicam também as exportações. Empresas têm dificuldades para receber os créditos fiscais do ICMS cobrado pelos Estados. Há dois anos uma das grandes processadoras de soja fechou oito fábricas no Brasil e transferiu o processamento do grão para a Argentina. O principal motivo alegado, na ocasião, foi a dificuldade de operar com o ICMS.

Empresas dos Estados Unidos, da Europa e do Japão instalam filiais em áreas em desenvolvimento em busca de matérias-primas e mão-de-obra mais barata. Não têm alternativa quando se trata do custo do trabalho. Não é o caso dos impostos no Brasil. Quando uma empresa brasileira investe no exterior por causa dos impostos ou da falta de acordos

comerciais, a decisão é determinada por problemas decorrentes de políticas erradas e passíveis de mudança. Nesse caso, pode-se falar, sim, em perda de empregos para brasileiros.

ANEXO B - Mais tapa-buraco

O Governo Federal finalmente anunciou como pretende revigorar a capacidade de competir de ramos industriais particularmente afetados pela valorização do real. Incapaz de oferecer resposta sistêmica ao problema, recorreu à técnica do remendo, a mesma usada no fim de 2005 na anedótica operação para tapar buracos nas rodovias.

Linhas de crédito subsidiadas pelo Tesouro Nacional -isto é, pelos contribuintes- no valor de R\$ 3 bilhões serão oferecidas a empresas dos setores calçadista, têxtil, moveleiro, de confecções e de artefatos de couro. Firms com receita anual de até R\$ 300 milhões poderão usufruir de financiamento com juros a partir de 5,6% ao ano, no caso de contratarem novos investimentos.

O governo também se dispõe a antecipar e a ampliar renúncias fiscais em favor desses segmentos. Entre o que o erário bancará diretamente e o que deixará de arrecadar no curto prazo, a conta do programa para quem paga impostos vai superar R\$ 1 bilhão, segundo a estimativa oficial.

É improvável, porém, que tais benefícios possam equacionar o problema que o pacote pretende atacar, o da competitividade dessa fatia da indústria. As medidas mal tocam na estrutura de custos exteriores ao chão da fábrica que encarece os produtos brasileiros na comparação com similares importados. Oferecem algum alívio financeiro, no crédito para capital de giro, e discreto incentivo fiscal para exportadores.

O êxito dos programas para facilitar novos investimentos, um dos focos do pacote, vai depender da expectativa dos empresários de que venderão mais no futuro. É difícil que essa disposição para investir desperte quando as condições que favorecem os produtos estrangeiros permanecem intactas -a começar da taxa de câmbio, mas sem parar aí.

Os segmentos industriais que mais sofrem com a queda do dólar possuem a característica comum de empregar relativamente muita mão-de-obra. Sem baixar o custo da folha de pagamentos, essas empresas não terão condições de melhorar sua competitividade. Quando muito, tomarão recursos subsidiados para atrelar sua produção a uma cadeia de insumos e produtos semi-acabados importados, com perda de empregos no país.

Desoneração trabalhista e fiscal generalizada, programas agressivos de atração de capital privado para a infra-estrutura, além da redução mais veloz da ainda elevada taxa de juros básica, constituem a melhor agenda para enfrentar os problemas de competitividade que, em maior ou menor grau, atingem o conjunto das empresas no Brasil.

Em vez de mirar a floresta, o governo Lula preferiu tratar de algumas árvores isoladas. Insiste em desperdiçar oportunidades que a história econômica mundial raramente reúne.