

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FELIPE PONTES TEIXEIRA

PESSIMISMO E JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL

Rio de Janeiro
2014

Trabalho de Conclusão de Curso em JORNALISMO

Universidade Federal Fluminense
Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS)
Curso de Comunicação Social

PESSIMISMO E JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado por
Felipe Pontes Teixeira
10930020
como requisito obrigatório para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social –
habilitação Jornalismo – sob a orientação do
Prof.^a Dra. Sylvia Debossan Moretzsohn

IACS/UFF
Niterói
Dezembro/2014

RESUMO

Busca-se delinear o quadro histórico sobre o surgimento e consolidação do jornalismo econômico no Brasil e analisar a cobertura econômica recente nos jornais de maior repercussão nacional a partir de dados quantitativos e à luz de teorias sociológicas que se dedicam às dinâmicas de produção e recepção de notícias. Pretende-se verificar a hipótese de que haja um enquadramento do noticiário em categorias cognitivas que se traduzem em uma compreensão particular da economia, embora apresentada ao público geral como tese unívoca e inquestionável. Debate-se os efeitos de tal enquadramento sobre a determinação da agenda do debate público sobre economia.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo econômico – ideologia – agendamento – enquadramento

AGRADECIMENTOS

A Raquel Nunes, pelo imensurável companheirismo e cumplicidade.

Aos professores e funcionários do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, por me inspirarem e guiarem em minha missão para tornar-me um jornalista apto, consciente e responsável.

À professora Sylvia Moretzsohn, em especial, pelo zelo em despertar invariavelmente em todos alunos, desde os primeiros passos no curso de jornalismo, o espírito crítico sobre a profissão, assim como pela confiança, incentivo e dedicação ao orientar a produção deste trabalho.

A meus supervisores de estágio Bruno Dorigatti, Marcio Debellian, Ivson Alves, Renata Petrocelli, Paulo Braga, José Alan Luna, Lívia Ferrari, Ana Lúcia Magalhães, Maria Pia Palermo e Pedro Fonseca, por investirem em mim e me ensinarem sobretudo pelo exemplo.

Aos cidadãos anônimos que financiaram minha educação superior, divisor de águas tanto em minha integração social e como em minha vida pessoal.

SUMÁRIO

1. Introdução	p. 1
2. Aspectos Históricos	p. 5
2.1 Origem e consolidação do jornalismo econômico brasileiro	p. 5
2.2 A ideologia neoliberal no jornalismo econômico da grande imprensa brasileira	p.20
3. Aspectos Sociológicos	p.25
3.1 Referencial Teórico	p.28
3.2 Análise quantitativa	p.37
4. Considerações Finais	p.39
5. Bibliografia	p.42

1. INTRODUÇÃO

Em uma terça-feira no final de julho de 2014, a presidente Dilma Rousseff disse, durante sabatina ao jornal *Folha de S. Paulo*, acreditar na existência de um “pessimismo inadmissível em relação à economia brasileira”. Naquele momento, em meio ao calor da campanha por sua reeleição, Dilma não esclareceu por parte de quem seria esse pessimismo. Fez o que costuma-se chamar “jogar para a galera”. Não esclareceu quais seriam os sujeitos de suas afirmações. Mas, em meados de setembro, durante evento organizado por artistas e intelectuais em apoio à sua reeleição num teatro no Rio de Janeiro, ela se sentiu mais à vontade para apontar a mídia nacional como um dos responsáveis pela proliferação desse sentimento negativo, destacando o que chamou “pessimismo militante que viceja e, a gente sabe, é característico da forma como se transmitem as informações na imprensa brasileira”¹.

Em 19 de julho, por exemplo, o jornal *O Estado de S. Paulo* havia publicado editorial intitulado “A crise chega ao emprego”, no qual destrinchava aspectos negativos a respeito da taxa de desemprego, indicador divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no dia anterior. Apesar de os dados terem mostrado mínimas históricas para o mês de junho, o texto preferiu destacar como a expansão de postos de trabalho não apresentara o mesmo fôlego de anos anteriores, “detalhe ignorado, pela presidente Dilma Rousseff e por seus ministros, em suas bravatas sobre o desempenho da economia brasileira”.

Ao se colherem as declarações soltas acima, o que se pretende é não somente apontar algo notório - que a retórica oficial e o discurso midiático são propícios a entrarem em controvérsia, fenômeno de resto já observado se não desde o surgimento do jornalismo, pelo menos desde a naturalização da tese sobre o *quarto poder* no século XIX (MORITZSOHN, 2007, p. 117) -, mas tentar ilustrar um ponto de tensão específico nesse confronto: a discrepância de visões sobre o quadro macroeconômico brasileiro, partindo-se da premissa de que nos últimos anos tal desentendimento vem se exacerbando entre o governo federal e a chamada “grande imprensa”, aquela formada por veículos considerados “de maior influência política na opinião pública nacional” (ABREU, 2003, pág. 32).

O simples destaque a tal disputa não é em si original, pois o assunto surge com recorrência como tema de discussão em textos opinativos publicados nos próprios veículos impressos, como a *Folha de S. Paulo*, que no dia 26 de janeiro de 2014 publicou a coluna

¹ Discurso proferido no dia 26 de setembro de 2014.

“Nuvens Negras”, de autoria da então *ombudsman* do jornal, Suzana Singer, na qual ela discorre sobre uma enquete que fez junto a 11 economistas com a pergunta “A *Folha* está pessimista demais na área econômica?”. Cinco responderam que não e seis que sim, em mais um indício da polêmica suscitada pela hipótese, afinal assumida pela própria Suzana, após o exame da variedade de avaliações nas respostas recebidas, como “bem mais complicada do que um duelo entre pessimistas e otimistas” (SINGER, 2014).

A inquietação acerca desse ponto de tensão foi suscitada, em mim, também pelo exercício cotidiano de elaboração de notícias a partir da divulgação de indicadores macroeconômicos, tarefa que tive a oportunidade de desempenhar como estagiário da redação no Rio de Janeiro da agência de notícias *Reuters*. Com regularidade, fiquei encarregado de ir ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) cobrir a divulgação de indicadores relacionados à indústria, vendas no varejo, desemprego, inflação e crescimento da economia. Ao participar das respectivas coletivas de imprensa com os economistas responsáveis pela elaboração dos dados e depois repercutir junto a outros economistas qual o significado dos números divulgados, redigindo um texto ao fim, tive a chance de tomar parte em todas as etapas do processo de produção da notícia, com a exceção da edição final e publicação.

Muitas vezes presenciei colegas que, no afã de elaborar uma visão crítica sobre os dados estatísticos, acabavam privilegiando o que a princípio eu julgava serem aspectos secundários das informações divulgadas, somente por trazerem algum viés negativo útil para abrir um lide na matéria sobre um dado do contrário positivo acerca da economia. A informação mais importante passava a impressão de ser jogada para baixo por ser boa. Ficava então explícito para mim que, para exercer com competência o trabalho como repórter de economia, seria necessário apaziguar aquela falsa oposição que parecia se impor, naquele momento, entre o dever do jornalista de oferecer um olhar crítico fiscalizador, vinculado ao ideal iluminista da profissão, e o dever igualmente fundamental de preservar a honestidade intelectual, vinculado ao ideal de objetividade jornalística.

Surgiu assim a ideia de fazer deste trabalho de conclusão de curso em jornalismo um exercício de suspeição e distanciamento desse cotidiano modo a adquirir conhecimento a respeito da atividade para a qual, ao concluir a graduação, suponho estar credenciando-me a desempenhar. A motivação para este trabalho é, portanto, investigar subsídios conjunturais e teóricos que embasem uma formulação mais precisa das questões subjacentes à acusação de pessimismo contra a cobertura econômica da “grande imprensa” brasileira.

O ponto de partida será tentar esquadriñar o quadro de formação e consolidação do jornalismo econômico no Brasil, subcampo jornalístico cujo estabelecimento no país foi

estudado em algumas esparsas pesquisas e análises históricas, como as desenvolvidas por Aylê-Salassié Filgueiras Quintão (1987), Alzira Alves de Abreu (2003), José Venâncio de Resende (2005) e Hérica Lene (2013). Cabe a ressalva de que a tarefa assumida aqui não é a de fazer um estudo histórico, mas sim a de se valer da perspectiva histórica, por meio de uma revisão bibliográfica, para empreender uma análise sobre as características do jornalismo econômico no Brasil. Dessa maneira, a indagação primordial do primeiro capítulo é buscar razões para explicar a historicidade do fenômeno: as raízes do pessimismo atual.

Em seguida, no segundo capítulo, o esforço será o de empreender uma descrição das ações jornalísticas, ou, como nas palavras do pesquisador português Nelson Traquina (1993), indagar “por que as notícias são como são”. Para isso, será feito o recurso a teorias de cunho sociológico sobre o jornalismo, em especial às vinculadas à ideia de construção social da realidade, como aquelas em que se buscam destrinchar os meandros da cultura profissional, as chamadas teorias do *newsmaking*, assim como as que pretendem definir conceitos como os de agendamento e enquadramento do noticiário.

Após essas duas etapas, acredito ser possível esboçar uma hipótese sobre a vinculação ideológica do jornalismo econômico brasileiro, a de que predomina uma adoção em bloco a um discurso unívoco sobre a economia, apresentado como verdade inquestionável, mas que em realidade corresponde a uma visão específica, ligada a uma doutrina neoliberal de entendimento sobre os processos econômicos. A título de exemplo, sob esse viés são sagradas a contenção da ação do Estado por meio da austeridade nos gastos públicos e a desregulação de mercados de capitais. Tal adesão dos jornais não se refletiria somente em uma tentativa de persuasão do público, mas, de acordo com as teorias estudadas, resultaria num enquadramento das próprias categorias cognitivas sobre as quais os leitores alicerçam o seu entendimento sobre a economia, num processo, portanto, de agendamento do debate público.

Uma vez formulada essa hipótese, o trabalho termina com um exercício de análise que visa sobretudo a constatar o fenômeno, o mencionado enquadramento e agendamento desempenhados pelo jornalismo econômico brasileiro, tendo como chave de compreensão justamente aquilo que se considera um comportamento pessimista da imprensa, em face de políticas econômicas recentes. Para isso, este trabalho se vale de dados quantitativos relativamente crus disponibilizados ao público pelo projeto chamado *Manchetômetro*, do Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (Lemep) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), durante o período de campanha eleitoral à Presidência da República em 2014. Foram registrados de acordo com o critério de valência – se eram positivas, negativas ou neutras – todas as chamadas de capa dos três jornais de maior repercussão no país, a

saber, *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*, tanto em relação a categorias políticas como econômicas.

Tal análise visa a fornecer indicações de que os mencionados fenômenos existam de fato, mas ficam em aberto outras perguntas sobre, por exemplo, qual a eficácia que esse agendamento porventura observado teria em realmente influenciar o debate público. Menos que respostas, no entanto, este trabalho almeja levantar dúvidas.

Um dos economistas que responderam à referida enquete da *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, em janeiro, opinando acreditar existir sim um pessimismo no modo como o jornalismo de economia brasileiro vinha realizando seu trabalho nos últimos anos, o funcionário do BNDES Marcelo Miterhof, ele próprio também colunista no mesmo jornal, enumerou em artigo publicado naquele mesmo mês o que considerava duas vantagens do pensamento neoliberal em relação a outras interpretações menos convencionais sobre a economia: “Por ser um paradigma de equilíbrio, que, na teoria, tem dinâmicas autoajustadas (o equilíbrio geral), é mais simples de entender. Além disso, ele evoca um princípio ‘moral’ poderoso: a parcimônia, principalmente quando aplicada a terceiros” (MITERHOF, 2014) escreveu. Em seguida, ele indaga se o jornalismo econômico não prestaria um serviço mais adequado caso abrisse mão dessa retórica facilitadora e se esforçasse em traduzir ao público as diferentes repostas, de variadas matizes ideológicas, que doutrinas econômicas diversas oferecem para os mesmos problemas técnicos em nível macroeconômico.

É esse tipo de questionamento que este trabalho pretende também colocar, num primeiro passo rumo à tentativa de desnaturalizar alguns padrões de pensamento e comportamento no jornalismo econômico que por vezes acabam sendo assumidos como dogmas, sem questionamentos.

2. ASPECTOS HISTÓRICOS

2.1. Origem e consolidação do jornalismo econômico brasileiro

A publicação periódica de informações econômicas no Brasil remonta ao início do século XIX, tempo em que surgiu o *Jornal do Commercio* no Rio de Janeiro (1827), criado com o objetivo de registrar a movimentação dos portos e as transações comerciais de produtos agrícolas como café e açúcar, além da venda de escravos. O público-alvo dessas páginas eram as elites agrárias, cujos membros compunham boa parte da restritíssima faixa da população que sabia ler. Mas já no ano seguinte à sua criação, o órgão criado pelo francês Philip Planché se desvirtuaria desse propósito inaugural e abriria suas páginas também para temas políticos e literários.

Da virada do século XIX até os anos 1950, esse cenário editorial pouco se modificaria, continuando esse incipiente noticiário econômico a ser voltado sobretudo ao setor agroexportador, predominantemente o cafeicultor, que era atendido nas páginas dos grandes jornais de cobertura geral por artigos isolados e pequenas notas contendo informações práticas sobre preços, produção, exportação, entrada e saída de navios e câmbio, cujas fontes eram agências estrangeiras e o Ministério da Fazenda. Tais assuntos eram tratados sem qualquer distinção das demais notícias, que tinham a política como área de preferência. Temas relacionados à indústria e ao comércio eram mal vistos pelos editores e jornalistas de maior prestígio dos grandes jornais, sendo discriminados como “matérias pagas”, de caráter promocional (ABREU, 2003, p. 39). Quem se encarregava de atender à demanda por informações sobre esses setores eram os chamados jornais do comércio, como o *Diário Comercial e Monitor Mercantil*, do Rio; *Diário do Comércio e Indústria*, de São Paulo; *Diário do Comércio*, de Belo Horizonte; *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre; *Jornal do Commercio*, de Recife, entre outros. Eram em sua maioria editados por associações patronais locais e tinham como principal fonte de receita editais de cartório, protestos, atas de assembleias, balanços de empresas ou comunicados de empresas ao público (QUINTÃO, 1987, p. 48).

Seria pela mão de dois estrangeiros, o alemão Geraldo Banas e o austríaco Frederico Heller, que se daria o pontapé inicial de uma pauta econômica propriamente dita na imprensa brasileira. Ambos economistas que chegaram ao Brasil na esteira da diáspora provocada pela Segunda Guerra Mundial, os dois encontraram guarida em *O Estado de S. Paulo*, onde em 1945 foram responsáveis pela criação da seção de economia do jornal e, em 1949, com a adesão do francês Roberto Appy, ficaram a cargo da edição do *Suplemen-*

to *Comercial e Industrial*, caderno semanal em formato de tabloide com artigos de análise econômica escrito pelos três, mas alimentado sobretudo por material traduzido de agências estrangeiras como *France Presse*, *Reuters* e *Ansa* (LENE, 2009, p. 35). Paralelamente, a *Folha de S. Paulo* também publicava suas análises sobre economia, pelas mãos de repórteres como Morel Marcondes Reis, desde o início dos anos 1950 (QUINTÃO, 1987, p. 50). No Rio, o *Ultima Hora* também mobilizava alguns de seus redatores para o mesmo fim, enquanto o economista Eugênio Gudín se valia das páginas de *O Globo* para veicular artigos em que difundia suas ideias liberais (ABREU, 2003, p. 33).

Esse jornalismo econômico praticado até a primeira metade dos anos 1950 se restringia a poucas páginas de um colunismo exercido principalmente por economistas com formação acadêmica, que não tinham o jornalismo como atividade principal e que escreviam textos com intuito doutrinário, parcial, na defesa de pensamentos liberais e anticomunistas (QUINTÃO, 1987, p. 52). Nesse período, ainda não existia uma cobertura noticiosa metódica e regular de assuntos econômicos, tampouco análises com pretensão de se apresentarem de alguma maneira isentas, pois não havia um grupo de jornalistas especializados em economia nas redações, dedicados à cobertura do desempenho de empresas e de outros diversos setores da economia (ABREU, 2003, p. 23).

Tal cenário começaria a se modificar no governo de Juscelino Kubitschek. O setor agroexportador entrou em crise com a queda abrupta dos preços dos produtos agrícolas no mercado internacional, em especial o café, entre os anos de 1954 e 1955 (SINGER, 1978, p. 48). Ao assumir, em 1956, JK se valeu então da base estrutural montada durante a política nacional-desenvolvimentista de Vargas – materializada em instituições como BNDE, Petrobras, Companhia Siderúrgica Nacional e Eletrobrás – para pôr em ação um Plano de Metas, influenciado pela política de substituição de importações da Comissão das Nações Unidas para a América Latina e Caribe (Cepal), um plano voltado para a industrialização, por meio da abertura ao capital estrangeiro, às multinacionais, detentoras de tecnologia. O setor de consumo de bens duráveis foi eleito propulsor da economia. Foram criados organismos como a Comissão Mista Brasil-Estados Unidos e a Superintendência da Moeda e Crédito (Sumoc, embrião do futuro Banco Central), onde foram projetadas políticas de crédito e câmbio favoráveis ao fluxo de financiamento externo. Seguiu-se então um notável crescimento do produto industrial e conseqüente incremento no emprego urbano.

Beneficiados por políticas de subsídio para a compra de papel-jornal, alguns jornais – como o *Jornal do Brasil*, por exemplo – introduziram inovações tecnológicas, visando se adaptar à nova dinâmica de crescimento econômico. Nesse período, torna-se impossível ignorar o otimismo causado na sociedade pela “política desenvolvimentista”, dos

“cinquenta anos em cinco”, e começam a aparecer, nas páginas dos periódicos, não apenas artigos, mas também notícias sobre os acontecimentos econômicos, em seções especialmente dedicadas a isso, entre as quais o *Caderno de Economia e Finanças*, inaugurado na *Folha de S. Paulo*. Em termos de conteúdo, no entanto, essas esqueléticas seções eram confusas e com frequência foi preciso preenchê-las com material da cobertura geral, por insuficiência de notícias econômicas, as quais só ganhavam destaque quando transformadas em fato político, estando sempre relacionadas ao ufanismo desenvolvimentista e à retórica de defesa das riquezas nacionais (QUINTÃO, 1987, p. 58).

Vale ressaltar ainda que, com o desenvolvimento de uma indústria de bens de consumo, chegaram ao país as representações das agências de publicidade norte-americanas e europeias, para atender à demanda do mercado publicitário brasileiro, desprovido de agências locais. A receita dos anúncios viria a se mostrar providencial no processo de concentração das empresas de comunicação, observado a partir do governo Jânio Quadros, sucessor de JK. Como uma das primeiras medidas de sua política de reequilíbrio fiscal, Quadros retirou o subsídio à compra de papel, elevando abruptamente o custo dos jornais e precipitando o desaparecimento de diversos títulos. Os que ficaram se voltaram então para as grandes contas de anúncios, numa virada mercadológica que representou uma das mais significativas mudanças da imprensa no período (PULITI, 2013, p. 85).

Mas, ainda assim, o jornalismo de economia permaneceria como algo secundário nas redações até a segunda metade dos anos 1960. Nesse sentido, Puliti (2013, p. 90) faz uma observação curiosa. Em *História da Imprensa no Brasil*, tida como a mais completa obra sobre o assunto no país, e que cobre o período até 1966, o historiador Nelson Werneck Sodré não fez uma única referência ao jornalismo econômico como um subcampo delimitado do jornalismo brasileiro, a não ser por um breve capítulo redigido para a última edição do livro a ser revisada por ele, em 1999, poucos meses antes de sua morte. Ainda nesse sentido, o jornalista Joelmir Beting, que começou a trabalhar na cobertura sobre economia em 1962, recordou em depoimento à pesquisadora Hérica Lene (2013, p. 41): “o jornalismo econômico separava o turfê dos classificados, nos jornais, e ia depois do futebol. O espaço era uma página, uma página e meia, nos grandes jornais do Brasil, que eram o *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Estado*, *a Folha*”.

Isso viria a mudar claramente após a chegada dos militares ao poder, com o golpe de 1964, quando a sociedade brasileira passou por transformações expressivas, caracterizadas por uma crescente participação do Estado na economia, aprofundando-se a interdependência entre o político e o econômico (MEDONÇA; FONTES, 1988, p.5).

Não cabe aqui esmiuçar o quadro social complexo que resultou no golpe, mas é

importante lembrar que deram respaldo a ele tanto setores da elite econômica nacional – ao se considerarem ameaçados pelas restrições à entrada de capital externo no país e pelas “reformas de base”, medidas defendidas no governo João Goulart (1961-1964) – como os jornais de maior circulação e prestígio do país – cujos proprietários, como a família Mesquita (*O Estado de S. Paulo*), Roberto Marinho (*O Globo*) e Herbert Levy (*Gazeta Mercantil*), este último um dos fundadores do partido UDN e articulador direto do golpe, abriram mão da defesa de um Estado mínimo, conforme professava o liberalismo econômico do qual eram adeptos, e, diante do “perigo comunista” que projetavam em Jango, aceitaram a centralização do poder nas mãos dos militares para impedir a ascensão de grupos de esquerda (ABREU, 2003, p. 24).

O fato é que a partir de 1964 o Estado passou a ser regulado por meio de atos institucionais e decretos-lei baixados pelo Executivo, numa atrofia do Legislativo operada pela extinção dos partidos políticos. Foram editadas uma nova Lei de Segurança Nacional e uma nova Lei de Imprensa e perseguiram-se cidadãos, políticos e jornalistas considerados dissidentes. Tratava-se, portanto, de um regime autoritário e de exceção, e que justo por isso reconhecia sua própria necessidade de buscar sedimentar alguma legitimidade simbólica frente aos dominados, dado que, apesar do apoio recebido de setores da classe média, carecia de bases sociais mais amplas para prolongar sua permanência. E a solução encontrada pelo regime para essa legitimação foi a difusão de resultados obtidos na área econômica (MENDONÇA, 1986, p. 97).

Como se percebe, todo esse cenário teve implicação direta na prática jornalística. Com a repressão à atividade política, o jornalismo político foi silenciado. A censura oficial, executada por um enrobustecido aparato de inteligência, interferia diretamente no conteúdo das informações e exerceu uma ação fiscalizadora e repressiva rigorosa. Muitos cronistas e repórteres políticos perderam o emprego ou mudaram a área de cobertura (QUINTÃO, 1987, p. 62). Diante das pressões da censura e da apreensão de jornais pela polícia, os proprietários resolveram substituir o noticiário político pelo econômico e as editorias de economia obtiveram rapidamente grande espaço e prestígio (ABREU, 2003, p. 23). Essa suplantação do noticiário político pelo econômico pode ser aferida na pesquisa realizada por Lucila Scavone, Maria Luiza Belloni e Cléa Sarmiento Garbayo (1975), que fizeram uma análise de conteúdo das chamadas de primeira página do *Jornal do Brasil* e da *Ultima Hora* entre 1960 e 1971. A proporção de notícias sobre temas de política nacional veiculadas pelo *Jornal do Brasil* entre 1960 e 1963 era de 54,2%, passando a ser de 28,2% entre 1970 e 1971, enquanto que os temas relacionados à política econômica cresceram de 9% em 1960 para 28,3% em 1971. Na *Ultima Hora*, a mesma coisa. Política nacional represen-

tava 49,5% das chamadas de capa entre 1960 e 1963, caindo esse número para 23,8% entre 1970 e 1971, enquanto que a política econômica subiu de 10,6% em 1960 para 21,4% em 1971 (SCAVONE; BELLONI; GARBAYO, 1975, p. 79-85).

Para tal virada contribuíram não somente mecanismos de repressão como também de cooptação. A modernização dos meios de comunicação e a implantação de um sistema de informação capaz de integrar todo o território do país foram pontos caros à doutrina de Segurança Nacional dos militares, que em 1965 criaram o Ministério das Comunicações e a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), iniciativas que exigiam vultosos investimentos e avançada tecnologia, ocasionando a gestação controlada de oligopólios midiáticos, alguns ainda vigentes no setor de comunicação no Brasil, com destaque para as Organizações Globo. No meio impresso, o Grupo Executivo da Indústria do Papel e Artes Gráficas (Geipag), vinculado ao Ministério da Indústria e Comércio, ficou responsável por analisar os pedidos de importação de equipamentos gráficos e por conceder facilidades de crédito em bancos oficiais para a compra de equipamentos e a construção de novos prédios, destinados a receber o novo maquinário e expandir as redações (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 74). Desse modo, o regime financiou a modernização da maioria dos jornais ainda hoje em circulação no país – o que, combinado com a manipulação da publicidade oficial, correspondente a cerca de 30% da receita total da mídia à época, representou a forma mais contundente de controle dos meios de comunicação.

No campo propriamente dito das ideias, destacou-se entre os burocratas trazidos à baila a personalidade de Roberto Campos, ministro do Planejamento do primeiro governo militar, que, em coordenação com o ministro da Fazenda, Octávio Gouveia de Bulhões, tornou-se porta-voz do regime para a área econômica. Apelidado na imprensa de “Bob Fields”, sob a pecha de ser “entreguista” devido a sua convicção na eficácia da tese sobre a modernização atrelada ao capital estrangeiro, Campos reagiu criticando abertamente o que considerava uma retórica vazia do debate político, defendendo por outro lado uma racionalização pelo viés do discurso técnico-econômico. Uma de suas primeiras atitudes ao assumir o cargo de ministro foi montar, inspirado nos organogramas das multinacionais automobilísticas, uma assessoria de imprensa atrelada diretamente a seu gabinete (QUINTÃO, 1987, p. 67), convidando respeitados jornalistas para compô-la. As atribuições desses profissionais incluíam seduzir os colegas na busca por legitimar nos jornais as diretrizes econômicas do governo, além de buscarem difundir ideias neoliberais norte-americanas, como, por exemplo, a necessidade de reestruturação das relações trabalhistas sob o pretexto de controlar a inflação – tese que acabou levando a demissões em massa e à recessão entre 1964 e 1966 (PULITI, 2013, p. 85).

Entre as táticas de Campos esteve também a de receber regularmente jornalistas na própria sede do Ministério. A assessoria do ministro chegou a criar inclusive um programa na TV Rio, a de maior audiência na época, chamado *O assunto é política*, apresentado pelo famoso jornalista Heron Domingues e mantido com o patrocínio de empresas como a fabricante de carros *Chrysler do Brasil* e a agência de publicidade norte-americana *Standard*, mas que na verdade abria espaço quase que exclusivamente para a discussão de temas macroeconômicos. Outra tática foi a contratação, pelo recém-criado Instituto de Pesquisas e Estudos Aplicados (IPEA), de 100 jornalistas em vários estados brasileiros, para formar o chamado *Grupo de Redação*, que trabalhava de dentro dos próprios jornais divulgando material favorável ao governo (QUINTÃO, 1987, p. 68).

A eficácia de tais expedientes fez com que o governo passasse a fazer proliferar assessorias de comunicação pelos órgãos estatais (RESENDE, 2005, p. 105), processo que culminou em 1969 com a criação da AERP, Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência, que tinha a função de controlar e coordenar os esforços da máquina oficial de comunicação. Outra medida foi reerguer a *Agência Nacional*, com o objetivo de fornecer gratuitamente notícias diárias a centenas de jornais locais espalhados pelo país. Essa tarefa propagandística receberia um grande impulso a partir de 1968, com o advento simbólico do chamado “milagre econômico”.

Na área econômica, a *recessão calculada* operada por meio do arrocho salarial, possibilitado pelo enfraquecimento sistemático do poder reivindicatório da classe trabalhadora através de legislação desfavorável, foi o principal meio encontrado pela dupla Campos e Bulhões para controlar a inflação, condição imprescindível à expansão capitalista. Criou-se também um ambiente fiscal que visava sufocar os pequenos empresários, garantindo assim mercados e ganhos de escala ao grande capital multinacional. O período pós-1964 coincidiu também com uma grande liquidez no mercado financeiro internacional, possibilitando crédito mais barato a países subdesenvolvidos como o Brasil. Esse conjunto de fatores resultou, como esperado, numa forte concentração de renda, recursos que seriam mobilizados com extremo poder centralizador por Delfim Netto, sucessor de Bulhões na Fazenda a partir de 1968, ano que marca o início de uma escalada vertiginosa da dívida externa. O resultado inevitável foi um crescimento “galopante” do Produto Interno Bruto, chegando a 12% em 1970, o famoso “milagre econômico”. Fica a ressalva, no entanto, de que “diante de todos os mecanismos compulsórios e espoliativos produzidos (e mantidos) pelo regime autoritário, milagre seria não ter havido ‘milagre’” (MENDONÇA, 1988, p. 83).

Para além da questão de mérito, importa aqui notar que o crescimento econômico

agiu como anabolizante da propaganda oficial, passando a ser tema preponderante entre autoridades e intelectuais. A expressão “milagre econômico” seria reproduzida com afinco em artigos, entrevistas, viagens e inaugurações. Daí em diante, os grandes jornais de maior tiragem começaram a marcar presença no noticiário econômico, acompanhando e difundindo os negócios, a Bolsa e o novo mercado de capitais. Algumas reportagens abriram espaço até para empresas (QUINTÃO, 1987, p. 79). “Todos os jornais começaram a descobrir que havia ali um filão, chamado informação econômica, que o brasileiro já estava de olho gordo nele”, recordou Joelmir Beting, então repórter da *Folha de S. Paulo*, em depoimento a Hérica Lene (2013, p. 43). Revistas organizaram suas editorias de economia, entre as quais a recém-inaugurada *Veja*, onde a tarefa ficou a cargo de Paulo Henrique Amorim e Katsuto Matsumoto, e a *Visão*, de propriedade de Henry Maksoud. Proliferaram também os boletins exclusivos para assinantes, entre os quais se destacaram o *Boletim Cambial*, de João Alberto Leite Barbosa, e o *Relatório Reservado*, publicação semanal editada pelo funcionário do BNDE Hedyl Rodrigues Valle. Nos grandes jornais, por exemplo, Cláudio Abramo criou a editoria de economia na *Folha de S. Paulo*, que ficou a cargo de Roberto Muller Filho, mesmo passo dado por Alberto Dines no *Jornal do Brasil*, dessa vez convocando Noênio Spínola como editor (ABREU, 2003, p. 34-39).

A maior dificuldade do jornalistas que passavam a atuar na área econômica, no entanto, eram as poucas fontes de informação, praticamente restritas aos tecnocratas do governo, por sua vez controlados de perto por Delfim Netto. Dada a centralidade absoluta da economia nas decisões estatais, os empresários evitavam a todo custo ter contato com a imprensa, temerosos de darem declarações que pudessem desagradar aos burocratas (ABREU, 2003, p. 29). Por coerção do governo, os jornais também fechavam espaço a qualquer órgão representativo dos trabalhadores, ao mesmo tempo em que eram bombardeados pela propaganda oficial, o que os transformava, nessa virada dos anos 1960 para 1970, numa “espécie de diário oficial, mais bem elaborado, das decisões governamentais”, segundo relato do jornalista Altamir Tojal à historiadora Alzira Alves de Abreu (2003, p. 32). Uma das táticas usadas por Delfim Netto era conversar pessoalmente com os editores de economia, lançando mão de sua aura de “economista brilhante” para passar a impressão de que somente dialogava com um seletivo grupo de jornalistas altamente qualificados, manipulando assim os bríos dos responsáveis pela cobertura econômica, que, para preservar suas conexões, buscavam evitar confrontos com o Estado (ABREU, 2003, p. 29-30).

Um ponto fora da curva nesse cenário foi o lançamento, no *Correio da Manhã*, dirigido à época por Zuenir Ventura, do encarte *Diretor Econômico*, marco inaugural do jornalismo econômico nos moldes como o conhecemos hoje no Brasil. Tratava-se de 16 pági-

nas diárias editadas por Washington Novaes e Aloysio Biondi. Revelado na *Folha*, Biondi se converteria em um dos maiores críticos ao pensamento único na mídia nacional, e sua carreira de 44 anos, encerrada com sua morte em 2000, o faria ser amplamente reconhecido como uma das maiores referências do jornalismo econômico brasileiro. O *Diretor* aproveitou o incentivo dado pelo governo para a criação de um mercado de capitais no país, pela emissão de títulos estatais e concessão de facilidades regulatórias à conversão de empresas familiares em sociedades anônimas, para buscar despertar o interesse do público em geral nesses investimentos, fazendo uma cobertura sistemática dos negócios, com grandes reportagens sobre empresas, algo inédito até então (QUINTÃO, 1987, p. 77). “O *Diretor Econômico* adotou uma linha editorial crítica, esclarecedora do mercado, denunciadora das práticas contábeis maliciosas, fosse pelas empresas ou pelo governo. Um grande número de matérias tornava transparente para o público, na política econômica, o que o governo queria esconder”, contou Washington Novaes em depoimento ao jornalista e pesquisador Ailê-Salassié Quintão (1987, p. 78). A postura independente e audaciosa adotada pelo *Diretor* acabaria por despertar a antipatia de Delfim Netto, que operou nos bastidores pela extinção do encarte, duro golpe contra o já combalido *Correio da Manhã*, um dos primeiros veículos a se voltar contra os militares após ter inicialmente apoiado o golpe.

Mas o mercado editorial despertaria irreversivelmente para o jornalismo de negócios em face do exemplo dado pelo *Diretor Econômico*, cujo vácuo causado por seu desaparecimento foi preenchido sobretudo pelo surgimento do jornal especializado *Gazeta Mercantil*, do deputado federal udenista Herbert Levy, semelhante aos antigos jornais do comércio. O jornal foi modernizado por seu filho, Luís Fernando Levy, a partir do começo dos anos 1970, com a ajuda inicial do jornalista Hideo Onaga e depois de Roberto Muller Filho. O objetivo, que acabou sendo alcançado, era o de transformar a publicação em um veículo direcionado a um público de empresários ávidos por informações para embasar suas escolhas de investimento, um modelo semelhante ao de jornais especializados existentes nos EUA e Europa, como *Financial Times* e *Wall Street Journal*. Pela evolução tecnológica, a *Gazeta* tornou-se o primeiro jornal de distribuição em todo o território nacional e rapidamente adquiriu máxima credibilidade junto à comunidade de negócios. Uma iniciativa lançada pelo jornal, que viria a se tornar comum em todos os veículos, foi a setorialização da cobertura em áreas de interesse como agricultura, bolsa, siderurgia, energia, etc (LACHINI, 2000).

A essa altura, os jornais de cobertura geral também ampliavam suas coberturas econômicas para englobar a microeconomia, superando a noção de que noticiar negócios era o mesmo que fazer propaganda disfarçada. “A atenção dada ao assunto econômico-

financeiro chegou ao auge na espetacular alta no mercado de capitais (1971), quando a classe média passou a participar diretamente do processo econômico e a partilhar suas conquistas”, escreveria décadas depois Alberto Dines (2009, p. 91-92), que junto com Spínola criou no *Jornal do Brasil*, em 1973, a *Revista Econômica*, um anuário de 200 páginas com um balanço sobre a economia brasileira (ABREU, 2003, p. 40).

Em *O Globo*, as coisas mudaram com a chegada do jornalista Evandro Carlos de Andrade à direção de redação, com a tarefa dada por Roberto Marinho de modernizar a cobertura. Ele reorganizou todas as editorias e criou a de economia, chamando para comandá-la Ismar Cardona, que por sua vez montou uma equipe com 22 jornalistas, incluindo jovens como Otávio Costa, George Vidor e Helena Celestino. Em 1974, *O Globo* criou o anuário *Panorama Econômico*, para concorrer com o *JB*.

Em relação às fontes, os jornalistas envolvidos com a cobertura de economia começaram a abordar executivos de bancos e instituições financeiras internacionais, como *Bank Boston* e *Fundo Monetário Internacional*, na esperança de que pudessem revelar algo que tivesse sido discutido em reuniões com representantes do governo. A academia começou também a se tornar presente no noticiário, com a criação de mesas redondas e convênios, como o estabelecido entre a revista quinzenal *Exame*, lançada em 1972, e a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), vinculada à Universidade de São Paulo (USP), segundo o qual economistas como João Sayad, Fernando Homem de Melo e José Roberto Mendonça de Barros, professores universitários que chegavam de pós-graduações nos EUA, reuniam-se mensalmente para debater com os jornalistas. Em troca, a editora Abril, responsável pela revista, financiava cursos de pós-graduação na instituição (RESENDE, 2005, p. 142).

A atmosfera criada pelo “milagre econômico” começaria a se deteriorar a partir de 1973/1974, com a troca de sinais no mercado financeiro internacional. O preço do petróleo subiu 400% de um ano para o outro, secando a disponibilidade de recursos em nível mundial e encarecendo em muito as importações, o que atingiu em cheio o processo de acumulação capitalista montado pelo regime militar. Ao mesmo tempo, começou a se tornar extremamente difícil continuar a explorar o arrocho salarial como modo de controlar a crise, uma vez que a classe trabalhadora, atingida por mazelas como fome, epidemias e mortalidade infantil, dava sinais de esgotamento. Um extrato mais qualificado dos trabalhadores organizava também, tendo o sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo, em São Paulo, como ponta de lança, um novo movimento sindical (MENDONÇA, FONTES, 1988, p. 67-68). Apesar das tentativas do governo do general Ernesto Geisel em reavivar o “milagre”, a

partir de 1976 a derrocada do crescimento econômico se mostraria irreversível ante a desvalorização do câmbio e a inflação rumando para o descontrole.

Diante da perda desse importante trunfo de legitimidade e em um momento no qual a cada vez mais autônoma “linha dura” militar ameaçava fugir do controle, o general Golbery do Couto e Silva, chefe da Casa Civil de Geisel, começou a arquitetar, convencido de que o “perigo” dos movimentos de luta armada oposicionistas já estava eliminado, um processo de distensão política “lenta, gradual e segura”, que previa uma maior liberdade de manifestação do eleitorado e da imprensa, como instrumentos de recuperação da legitimidade política (ABREU, 2003, p. 45). Na Fazenda, a personalidade do novo ministro Mario Henrique Simonsen marcou uma fase de descontração, pois, segundo o relato de vários jornalistas entrevistados por mais de um pesquisador, ele sentia prazer em debater a situação da economia com os jornalistas, assumindo uma postura mais de convencimento didático do que de ameaça. “Criticar política econômica não é contestação”, costumava afirmar (ABREU, 2003, p. 50).

Abriu-se então espaço para que a imprensa começasse a deixar de lado as tecnicidades conceituais e financeiras incentivadas pela retórica oficial e pudesse passar a questionar o modelo de crescimento econômico adotado a partir de 1968. Dada a perseguição política ainda vigente, a inflação alta e as sucessivas crises, o noticiário se centrava cada vez em economia. Por um lado, num ambiente de negócios de alto risco ascendente, as elites empresariais e financeiras se tornaram ávidas por informações econômicas que auxiliassem nas tomadas de decisões (KUCINSKI, 1997, p. 14). Por outro lado, os jornais de cobertura geral se preocupavam também em cativar o leitor de classe média, passando a abordar assuntos como o desemprego, o efeito corrosivo da inflação, a distribuição de renda, as crises de abastecimento, a indexação de preços.

Foi assim que na metade dos anos 1970 o jornalismo econômico brasileiro atingiu a sua maioria (RESENDE, 2005, p. 9). Agora empenhados em acentuar uma postura crítica, os jornalistas procuravam instituições como Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – que começava a apresentar os resultados mais abrangentes da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), iniciada em 1967 –, em busca de argumentos na contestação do modelo econômico (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 77-78). As páginas dos periódicos voltavam a abrir espaço também aos economistas mais enfáticos na crítica ao modelo de desenvolvimento adotado a partir de 1964, antes censurados, como Maria da Conceição Tavares, Carlos Lessa e Pedro Malan. Para contornar o privilégio dado por fontes oficiais a certos jornalistas, estabeleceu-se inclusive um *pool* de informações institucionalizado, depois de criada a Associa-

ção dos Jornalistas de Economia e Finanças (Ajef), inspirada no modelo da Associação de Repórteres Políticos e da Associação de Correspondentes Estrangeiros (ABREU, 2003, p. 49).

As editorias de economia passaram a exercer assim, dentro da imprensa, pressão por uma maior abertura política, através de uma campanha contrária à orientação dada à economia (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 77). Para isso, receberam o auxílio renovado do empresariado brasileiro, que viu na imprensa a possibilidade de veicular suas demandas. O II Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), tentativa do presidente Geisel de preservar o “milagre”, previa medidas de realocação de capital da indústria de base para as empresas estatais e as de bens de consumo, passo visto como antídoto às caras importações, o que provocou uma ruptura em antigos pactos com as elites econômicas, estabelecidos durante os anos do “milagre” (MENDONÇA; FONTES, 1988, p. 61). Contribuíram também outras medidas, como a criação do Conselho de Desenvolvimento Econômico, diretamente ligado à presidência, que substituiu o Conselho Monetário Nacional, onde os empresários tinham assento, na deliberação da política monetária. Diante da crise, que acarretou na elevação de juros e fortalecimento dos setores financeiros em detrimento dos produtivos, muitos empresários passaram a estabelecer uma ponte com a imprensa, juntando-se aos demais setores da sociedade civil no questionamento à continuidade do regime autoritário, destacando-se entre eles a figura de Antônio Ermírio de Moraes. Um dos exemplos dessa parceria empresários-imprensa foi a publicação, em 1978, do “Primeiro documento dos empresários”, surgido em um fórum organizado pela *Gazeta Mercantil* e redigido com o auxílio de economistas como Luís Gonzaga Belluzzo e Carlos Lessa, no qual se dizia que um desenvolvimento econômico e social só seria possível “sob um marco político que permitisse uma ampla participação de todos” (ABREU, 2003, p. 53-61).

O processo de distensão ao longo da segunda metade dos anos 1970 envolveu sucessivas idas e vindas em uma complexa relação de forças, sendo marcado por espontâneas revoltas populares em decorrência das condições de vida degradantes nas grandes cidades; pela organização de um novo movimento sindical no ABC paulista; pelas vitórias da oposição aglutinada no MDB em eleições parlamentares; e pelo surgimento de uma espécie diferente de mobilização, desligada de comandos centrais e pulverizada em entidades locais (MENDONÇA; FONTES, 1988, p. 73-74). Não cabe aqui aprofundar-se, mas é importante destacar que, dentro desse quadro, a imprensa teve, principalmente após episódios como o da morte do jornalista Vladimir Herzog nas dependências do DOI-Codi de São Paulo, em 1975, um papel de catalisador das reivindicações dos diversos setores sociais empenhados na volta à democracia, numa relativa unidade de atuação (ABREU, 2003, p.

16).

As pressões da sociedade civil acabariam por levar à extinção do AI-5 em 1978 e ao fim do bipartidarismo que havia sido imposto pelos militares desde os primórdios do regime. Houve uma reorganização partidária em 1979, já na gestão do general João Figueiredo, quando seria aprovada também a anistia. No ano seguinte, partidos como Partido Popular (PP), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e Partido dos Trabalhadores (PT), entre outros, se legalizaram (MENDONÇA; FONTES, 1988, p. 77-78). Ao entrar na década de 1980, o país se encontrava assim em plena euforia de redemocratização, empenhado em redigir uma nova Constituição. Por outro lado, no campo econômico o país navegava pelas águas das crises internacionais da dívida externa, das quais a brasileira foi a mais grave. Isso gerou uma contradição entre as forças internas – de forte pressão em prol da aceleração do crescimento e distribuição de renda – e as forças do cenário internacional – onde os ventos sopravam em direção ao neoliberalismo, à priorização da estabilidade dos preços, à austeridade fiscal e monetária, à redução do tamanho do Estado –, o que resultaria em um impasse, traduzido numa longa crise inflacionária (SINGER, 2001, p. 124).

Foi na redemocratização e, sobretudo, ao longo do processo traumático de sucessivas tentativas de estabilizar a moeda, no decorrer da década seguinte, que o jornalismo econômico continuaria a aprofundar sua especialização e presença na imprensa brasileira. Isso se explica, em grande medida, pela necessidade de fazer o público entender a complexidade das questões envolvidas nas tentativas de estabilizar a moeda (LENE, 2009, p. 75). Foram oito pacotes econômicos sucessivos entre 1980 e 1994, com frequentes mudanças de regras, indexadores, congelamentos e reajustes. Num clima de desalento geral, o jornalista de economia, a essa altura já um personagem comum da vida brasileira contemporânea, teve fortalecido o seu status na sociedade, passando a ser visto como uma espécie de guru em meio à hiperinflação. “Nos anos 1980, por conta dos pacotes econômicos, ganhou uma aura aí que os jornalistas de economia dariam dicas para você enriquecer, aquele negócio todo, numa mitificação fantástica... E, como se tinha muita instabilidade econômica, e todo mundo estava meio perdido, então aquele que apontava caminho era visto como milagroso”, lembrou o jornalista econômico Luis Nassif em entrevista à pesquisadora Hérica Lene (2013, p. 115).

No início dos anos 1980, Nassif trabalhava no *Jornal da Tarde*, onde se fortaleceu uma tendência que marcaria o jornalismo econômico dali em diante: o jornalismo de serviços, de cunho didático, voltado a dar “dicas” e a fazer o cidadão “entender” a economia. O leitor foi colocado na posição de sujeito da notícia com manchetes do tipo “entenda como se faz isso” e “defenda seus direitos”. Nas páginas do *JT*, passou-se a dar prioridade a te-

mas tidos como de utilidade pública: orçamento doméstico, seguros, relações de condomínio, etc. Esse modelo ajudou a abrir caminho para novas formas de aproximação com o leitor e novas fontes de receita, com expansão, por toda a imprensa diária, de cadernos de serviços e cadernos segmentados (LENE, 2009, p. 206).

Em 1986, no governo de José Sarney, foi lançado o Plano Cruzado, cunhado após um embate entre teses econômicas no qual prevaleceu uma visão heterodoxa de não abrir mão do estímulo ao crescimento enquanto se combatia a inflação, defendida por economistas como Maria da Conceição Tavares e Luiz Gonzaga Beluzzo (LOUREIRO, 1997, p. 83). A cobertura do plano nos jornais ecoou a preocupação do governo, tanto na formulação como na apresentação do plano, em agradar a opinião pública, reflexo da nova situação de “democracia”, sujeita a futura aprovação nas urnas (LENE, 2009, pag. 180). O plano foi acompanhado de um conchamação aos cidadãos para se unirem na luta contra a inflação, feita pelo próprio presidente no discurso em que apresentou as medidas à população, em 28 de fevereiro daquele ano.

Os arquitetos do chamado “choque heterodoxo” consideravam a estratégia de *marketing* tão crucial para o sucesso do plano quanto as próprias medidas tomadas, e por isso, após um jogo de despiste dos jornalistas, dias antes da divulgação do plano as autoridades econômicas de Brasília puseram em andamento uma operação de explicação, convencimento e persuasão dos formadores de opinião, convocados a criar um clima de cooperação em toda nação (SARDENBERG, 1987, p. 280). De acordo com a análise do discurso sobre a cobertura do plano nos jornais da época feita por Hérica Lene (2013), os jornalistas acataram o papel para o qual foram convocados, escrevendo textos que poderiam ser classificados como ufanistas, que chegavam a ir até as origens do termo “cruzado” à procura de motivações para o resgate do orgulho nacional por sua moeda, ao mesmo tempo em que buscavam fortalecer o seu papel pedagógico, simplificando a linguagem para expor de forma acessível e legível as medidas econômicas (LENE, 2009, p. 207).

O Plano Cruzado representou também uma oportunidade para os jornais brasileiros, em expansão à época. Veículos como *O Globo* e *Folha* ultrapassavam os 2 milhões por dia de leitores (XXV Estudos Marplan, de 1986; *apud* BARBOSA, 2007) pág. 198), que recorriam ao jornal para obter informações contidas em tabelas, ilustrações e cálculos, mais adequados à verificação no papel do que na tela da TV ou em outro meio disponível à época. A circulação dos jornais aumentou 32% nos seis meses subsequentes ao lançamento do plano e se manteve 13% acima da média dali em diante (BAHIA, 1990, p. 391). As publicações se tornavam mais ágeis, com o início da informatização das redações, permitindo o uso de softwares gráficos e a utilização prolífica de infográficos para explicar as

mudanças (LENE, 2009, p. 251). A tendência de guia dos leitores pelos mares turbulentos da economia iria se aprofundar nos planos econômicos seguintes: Plano Cruzado II, Plano Verão, Plano Bresser, Plano Collor, etc.

Ao se tornar o primeiro presidente escolhido numa eleição democrática em 30 anos, Fernando Collor de Melo lançou, logo nas primeiras semanas após a sua posse, em março de 1990, medidas econômicas drásticas, entre as quais o confisco dos depósitos de pessoas físicas nos bancos comerciais. Mesmo pegos de surpresa, os jornalistas econômicos estavam menos inexperientes na cobertura de planos do tipo e reforçaram seu papel de mediadores no processo, com os jornais lançando cartilhas explicativas como *O Guia do Leitor*, da *Folha de S. Paulo* e a *Cartilha do Cruzeiro*, de *O Globo*, além de reproduzirem a íntegra de medidas provisórias em várias páginas (LENE, 2009, p. 290). Nesse momento, as medidas tomadas tiveram impacto tão exacerbado na vida dos cidadãos que algumas reportagens de economia se aproximavam inclusive da cobertura policial, narrando episódios como suicídios e saques a supermercados atribuídos ao choque econômico. Observa-se então um movimento do jornalismo econômico de se aproximar da experiência cotidiana dos cidadãos.

“De repente os brasileiros, pessoas físicas e jurídicas, acordaram sabendo que só teriam disponíveis no banco 50 cruzados novos, que era de fato muito pouco dinheiro... Essas e muitas outras questões, extremamente angustiantes, infernizaram o cotidiano dos cidadãos. Precisavam entender o que ocorria. Era uma oportunidade de ouro para os veículos. Eles não a perderam. Investiu-se muito na cobertura econômica e de negócios e, sobretudo, na explicação dos vetores que afetam as finanças pessoais dos cidadãos”, escreveu mais tarde o jornalista econômico Sidney Basile (2002, p. 76), ao descrever aquele período. Foi a época em que se notabilizou o “jornalista-herói”, aquele que pressionava a equipe econômica para que respondesse às dúvidas e angústias da população, cujo maior exemplo talvez seja a famosa entrevista feita pela jornalista Lilian Witte Fibe com a ministra da Fazenda Zélia Cardoso de Melo, que, pressionada, gaguejou diante das câmeras.

Collor acabou caindo diante de um escândalo de corrupção que resultaria em um impeachment, e seu vice, Itamar Franco, tendo Fernando Henrique Cardoso como ministro da Fazenda, procurou não repetir os erros de comunicação cometidos no Plano Collor ao preparar o Plano Real, cuja ambição era não só finalmente estabilizar a moeda, mas também estabelecer no poder um modelo econômico atrelado à ideologia do neoliberalismo globalizado (PULITI, 2013, p. 92).

Foi planejado assim um esforço de comunicação coordenado, sob a responsabilidade da jornalista Maria Clara do Prado, com uma década de experiência na cobertura de

política monetária em Brasília. Numa amostra de como o jornalista de economia adquiriu, ao longo de décadas, grande relevância nos círculos políticos, Prado participava das reuniões da equipe que concebeu o Real, sendo a comunicação, dessa maneira, um elemento intrínseco à própria elaboração do plano. A apresentação do Real à imprensa foi um longo acontecimento planejado nos mínimos detalhes, com workshops técnicos de 15 dias em hotéis de Brasília, nos quais grupos separados de cinco integrantes da equipe econômica se reuniam com jornalistas selecionados para explicar todos os pormenores do Plano Real em termos técnicos, com planilhas e apresentações (PRADO, 2005, p. 238), revigorando assim o discurso tecnocrata como legitimador de posicionamentos na esfera política.

Com o sucesso do Plano Real em estabilizar a moeda, Fernando Henrique Cardoso se colocou, nas eleições de 1994, como o candidato apto a fazer o Brasil entrar no Primeiro Mundo pelo viés da liberalização da economia de mercado. Sua frase “a estabilização da moeda é a mais eficaz política de distribuição de renda” serviu como fórmula para legitimar a adoção das premissas financistas professadas pelo “Consenso de Washington” (PULITI, 2013, p. 93), um plano único de ajustamento das economias periféricas, chancelado pelo FMI e pelo Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (Bird) em mais de 60 países de todo o mundo: combate à inflação através da dolarização da economia, valorização das moedas nacionais e forte contenção de gastos, acompanhados de reformas do Estado — sobretudo privatizações e mudanças na seguridade social — e a desregulamentação dos mercados e liberalização (internacionalização) comercial e financeira (FILGUEIRAS *apud* LENE, 2009, p. 347). Esse plano se casou perfeitamente com a filiação ideológica dos próprios veículos de comunicação do país, conforme será melhor estudado mais adiante.

Durante o período FHC (1994-2002), os jornais brasileiros endossaram em bloco a inclinação neoliberal, segundo o qual o Estado mínimo seria o pilar central da modernização econômica, apoiando acriticamente, por exemplo, a privatização de empresas estatais promovida à época, conforme apontado no estudo de Armando Monteiro Faria (1994), ainda no calor daqueles acontecimentos. Outra faceta do noticiário econômico identificada a partir de então foi a colonização definitiva por fontes do mercado financeiro, conforme apontou a análise de conteúdo realizada pela jornalista de economia Paula Puliti (2013). Na figura de operadores da Bolsa, analistas de bancos de investimentos e de consultorias privadas, esse tipo chegou a representar 71,4% de todas as fontes presentes na cobertura econômica do jornal *Estado de S. Paulo*, por exemplo, tornando-se predominante na cobertura econômica em definitivo a partir de 1996 (PULITI, 2009, p. 107-108). Os jornalistas de economia assumiram a legitimação do discurso de valorização do mercado, em detri-

mento do poder do Estado, como função fundamental de sua prática, concluiu Hérica Lene após uma análise do discurso utilizado na cobertura do Plano Real (2013, p. 437).

No que se refere aos governos de Luis Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, ambos do PT, ainda há uma escassez de referências bibliográficas que deem conta de uma perspectiva histórica sobre a economia e o jornalismo econômico.

2.2. A ideologia neoliberal no jornalismo econômico da grande imprensa brasileira

Sabe-se que o próprio surgimento dos jornais, na primeira metade do século XVII na Europa, foi um acontecimento atrelado à ascensão da classe burguesa impulsionada pelo mercantilismo, ou seja, pelo restabelecimento do comércio transfronteiriço em nível continental e mundial. A burguesia europeia se valeu do novo invento para defender seus ideais de livre comércio, circulação e produção, ao que veio se somar a defesa da liberdade de expressão, em face da reação repressora das monarquias absolutistas. Desde os primórdios, portanto, a imprensa jornalística é instrumento de luta ideológica e nunca o deixaria de ser (LAGE, 2012, p. 9).

O substrato ideológico das revoluções burguesas que se espalharam pela Europa no século XVIII e XIX, e que serviu de base também para a independência dos Estados Unidos, foi sistematizado por autores como Adam Smith, David Ricardo e John Stuart Mill no que hoje se chama teoria econômica clássica. Apresentada como tese científica racional, neutra e livre de influências políticas e partidárias, essa teoria professava que a melhor forma de se atingir o bem-estar humano seria a liberalização das capacidades individuais, da livre iniciativa, pois o comportamento de cada um dos agentes econômicos, o *homo economicus*, em busca dos próprios interesses levaria a uma “ordem natural”, com uma harmonização da oferta e procura, dos preços, operada pela “mão invisível” do mercado. O papel do Estado seria o de garantir instituições como a propriedade privada, para que o mercado autorregulável pudesse funcionar por conta própria, pensamento que correspondia aos anseios da classe burguesa, na aurora de seu fortalecimento econômico (PULITI, 2013, p. 43).

Valendo-se da tese consagrada por Karl Marx em *A ideologia alemã*, pela qual o padrão ideológico dominante em determinado tempo histórico é sempre o da elite que vence a disputa para se estabelecer no poder, Kucinski (2000, p. 184) argumenta que, por ser exercido pela elite intelectual e ter um papel decisivo nas disputas pelo poder, os padrões ideológicos do jornalismo são, em geral, condicionados ao da elite dominante. Sendo assim, o desenvolvimento do jornalismo profissional esteve sempre atrelado ao próprio de-

envolvimento do capitalismo como modo de produção, apesar de esporadicamente servir também a propósitos críticos e de contestação a esse sistema. Os veículos de comunicação assumiram feições, eles próprios, de empresas que visam o lucro, inserindo-se na lógica capitalista por meio da publicidade proporcionada pela cultura do consumo. À semelhança de como a racionalidade científica foi empregada como estratégia de legitimação da teoria econômica clássica, o jornalismo também se inseriu no contexto dos ideais liberais por meio de conceitos capazes de apelar a um público irrestrito, dando feições particulares a categorias científicas como *veracidade*, *objetividade* e *imparcialidade*.

No Brasil, país onde a imprensa chegou tarde e o analfabetismo foi por muito tempo a regra, a produção jornalística ficou por prolongado período sob vigilância oficial. Tais motivos levaram o jornalismo brasileiro a ficar caracterizado pelo traço elitista. O ingresso na fase de expansão populista e sensacionalista, como observado no início do século XX na imprensa dos Estados Unidos, por exemplo, por aqui se daria tardiamente e, mesmo assim, de modo restrito, pois o momento do fortalecimento dos jornais no Brasil coincidiu com a chegada da TV e a popularização do rádio no país, o que fez do próprio ato de ler jornal um diferencial de classe, praticado por formadores de opinião (LAGE, 2012, p. 19). Em suma, foi no prolongado período entre o final do século XIX e a metade do século XX que a imprensa brasileira passou de sua fase artesanal para a de indústria capitalista (SO-DRÉ, 1999, p. 355).

Essa transição do jornalismo brasileiro daquilo que autores como Jurgen Habermas chamam fase “literária” para fase “empresarial” se intensificaria especialmente a partir da segunda metade dos anos 1950, período que foi marcado, por motivos já supracitados neste capítulo, pelo surgimento de um inédito mercado de bens duráveis no país, e consequentes verbas publicitárias. Outros fatores contribuíram para o jornal se tornar uma empresa: a massificação do rádio e o surgimento da televisão ensejaram os primeiros passos do que no futuro se tornaria uma “indústria cultural”; houve uma rara continuidade política-institucional, com a reorganização da vida partidária e dos sindicatos; observou-se a melhoria de indicadores sociais, entre eles a redução nos índices de analfabetismo. Pesquisas como a de Lattman-Weltman (1996, p. 158-163) sobre o jornalismo praticado na imprensa de maior circulação no país ao longo da década de 1950 buscam, inclusive, constatar uma acentuação, nesse período, de autorreferências à “objetividade jornalística” como critério definidor de qualidade dos veículos brasileiros.

No mundo, a década de 1950 foi um momento de renovada crença nas ideias liberais, em reação à perda de credibilidade sofrida durante as crises econômicas do entre-guerras, em especial a crise dos EUA em 1929, quando ficaram evidentes as contradições

da suposta cientificidade da teoria econômica clássica. No entanto, com o restabelecimento de grandes corporações e bancos norte-americanos após a Segunda Guerra Mundial, restabeleceu-se também a fé no poder do livre mercado em resolver todos os desequilíbrios por conta própria, lançando-se as bases então de um neoliberalismo (GRUN *apud* PULITI, p. 44), cuja receita se traduzia em cortes de gastos públicos, privatizações e flexibilização de leis trabalhistas, ideário que viria a dominar a esfera política na maior parte do mundo capitalista algumas décadas depois.

A imprensa brasileira reverberou esses pensamentos sobretudo a partir da chegada dos militares ao poder em 1964, na esteira da ampla abertura ao capital externo, quando os empresários de mídia passaram a perseguir a inserção na “política de conglomerados” implantada pelos ministros da Fazenda à época (QUINTÃO, 1987, p. 86). Para enfrentar a concorrência, os maiores jornais fizeram grandes investimentos visando modernizar a produção de notícias, contraindo inclusive vultosos empréstimos em bancos internacionais, o que exigiu a busca por uma maior rentabilidade e maior venda de espaço publicitário. As empresas jornalísticas passaram a mais nitidamente atuar de acordo com as regras do livre mercado, em busca do lucro (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 76). Esse movimento se refletiu no noticiário econômico, que é fortemente influenciado pelas teorias econômicas hegemônicas emanadas dos centros de poder, e em grande medida moldado pelos grandes jornais e revistas econômicos, destacadamente *New York Times*, *The Guardian*, *Wall Street Journal*, *Financial Times* e, sobretudo, a revista *The Economist* (KUCINSKI, 2000, p. 184).

Em seu livro sobre o ganho de relevância e prestígio dos economistas no aparato de governo brasileiro a partir dos anos 1950, Maria Rita Loureiro (1997) identifica uma polarização entre duas correntes predominantes e ainda persistentes no campo dos economistas no Brasil. Simplificadamente, são elas: a *monetarista*, representada por pós-graduações como as da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e PUC-RJ e ligada às teorias chamadas ortodoxas/neoliberais, que defendem ser possível manter a estabilidade de uma economia capitalista recorrendo-se a medidas monetárias (juro, emissão de moeda) e ao controle da inflação por meio da redução de gastos do Estado; e a *estruturalista*, ligada às teorias desenvolvidas por economistas como Celso Furtado e Raul Prebisch na Comissão Econômica para América Latina e Caribe (Cepal), segundo as quais o processo inflacionário possui determinantes estruturais. Essas teorias desconfiam da eficiência do setor privado na alocação de recursos na economia, escola representada no Brasil pelos cursos da Unicamp e UFRJ.

Durante o regime militar, período em que os economistas passaram a ter o papel e o status que antes cabiam aos políticos (ABREU, 2001, p. 2) e a partir do qual as elites diri-

gentes se legitimam não pela representatividade partidária e eleitoral, mas pela competência técnico-científica (LOUREIRO, 1997, p. 49), a corrente monetarista dominou os espaços oficiais e, pelos mecanismos de repressão e cooptação já mencionados, o jornalismo econômico passou a ecoar seus pontos de vista, atrelados à perspectiva neoliberal.

Por breve período, ideias ligadas à noção de *engajamento* chegaram a prevalecer entre os que se sentiam atraídos pelo jornalismo como meio de vida, dando origem no Brasil dos anos 1970 a uma imprensa alternativa², composta por jornais como *Opinião*, *Movimento* e *Versus*, onde vicejaram visões diferentes sobre as relações econômicas (ABREU, 2003, p. 49). Mas com o esvaziamento ideológico decorrente da derrocada do bloco comunista na Guerra Fria, durante os anos 1980, as teorias políticas foram definitivamente abandonadas no tratamento da questão econômica e, em seu lugar, instalaram-se em definitivo as doutrinas econômicas, que passaram a comandar a formação ideológica do jornalismo econômico (KUCINSKI, 2000, p. 187).

Os anos 1980 foram também o momento de uma exacerbada inflexão ideológica em direção ao neoliberalismo, quando se consolidou como ideologia dominante. Com o fim do sistema de Bretton Woods, que atrelava as moedas do mundo ao dólar, por sua vez lastreado por uma reserva em ouro, o sistema monetário internacional passou a ser puramente fiduciário. O período entre 1978 e 1980 marcou esse ponto de virada na economia mundial, tendo como marco político a chegada de Margaret Thatcher ao poder na Grã-Bretanha, com um mandato voltado para a luta contra a inflação e a recuperação do crescimento econômico, aplicando para isso os preceitos neoliberais. Nos EUA, o republicano Ronald Reagan foi eleito em 1980 e teve como foco de sua gestão a exportação de serviços financeiros por bancos norte-americanos (PULITI, 2013, p. 47). Na América Latina, a virada neoliberal veio junto com o “Consenso de Washington”, conjunto de soluções elaboradas pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), Banco Mundial e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), e apresentada em 1989, para que os países da região superassem suas crises da dívida externa. Tratou-se de um receituário de privatizações e enxugamento do Estado, acompanhado de desregulamentação do mercado de capitais (LOUREIRO, 1997, p. 105).

No Brasil, isso veio acompanhado do processo de internacionalização acadêmica dos economistas. O PUC-Rio chegou a ter 82% de seus professores com formação nos EUA. Nesse contexto, a PUC-Rio se transformou em um dos centros intelectuais do neoliberalismo globalizado e dali saíram os economistas que objetivaram efetivar seus conceitos por meio da formulação do Plano Real, a partir de 1994 (LOUREIRO, 1997, *apud* PULITI,

² Sobre imprensa alternativa ver Kucinski (1991)

2013, p. 50). Como visto anteriormente, a imprensa aderiu em bloco ao Plano Real e, como demonstrado nos estudos de Antonio M. Faria (1994) sobre a cobertura do período, fez do Programa Nacional de Desestatização a solução para os males nacionais, sem questionar a destinação dos recursos provenientes da venda das empresas estatais, integralmente utilizados na amortização da dívida externa. Ao mesmo tempo, as gestões de FHC foram marcadas por altíssimos juros reais, que favoreceram os setores financeiros em detrimento dos produtivos, e por forte aumento no desemprego.

No campo das ideias neoliberais, são sagrados o ajuste fiscal rigoroso, o câmbio flutuante e a desregulamentação dos mercados de capitais, e qualquer pensamento dissonante é estigmatizado como antiquado. O jornalismo econômico brasileiro se rendeu a esse discurso único e essa atitude, como demonstra a pesquisa de Puliti (2013) – uma análise de conteúdo cobrindo o período entre 1994 e 2002 do noticiário econômico nos jornais *O Globo* e *Estado de S. Paulo* –, levou à colonização do noticiário por interesses e fontes ligados ao mercado financeiro, centro do qual emana o poder no capitalismo atual.

3. ASPECTOS SOCIOLÓGICOS

3.1 Referencial teórico

No campo das pesquisas sobre comunicação empreendidas pelos menos desde os últimos cem anos, muitas teorias se dedicaram a tentar explicar a atuação da mídia. Não cabe aqui fazer um percurso que dê conta das mutações, nuances e complexidades desse campo de estudo. No entanto, faz-se necessário apresentar a quais teorias este trabalho recorre ao tentar empreender sua própria análise sobre o noticiário do jornalismo econômico brasileiro.

Nesse sentido, buscamos escapar de um paradigma sobre os meios de comunicação que visa estudar os modos de utilização da mídia de maneira conspiratória pelas elites dominantes, visando a provocar determinados efeitos capazes de moldar a opinião, manipular escolhas e suscitar comportamentos em indivíduos receptores de mensagens midiáticas, compreendidas segundo um esquema de transmissão mensurável de informações. Em vez disso, pretende-se vincular a análise a uma noção construtivista da mídia, segundo a qual os meios de comunicação atuam na construção coletiva de uma realidade compartilhada, em que o efeito das mensagens midiáticas não é mais compreendido de modo pontual, ligado à exposição do sujeito a cada mensagem, mas cumulativo, relacionado a uma exposição contínua e a longo prazo a processos de significação, cujo efeito no destinatário é o de moldar a cognição, agindo sobre o próprio exercício de apreensão da realidade desempenhado por cada um em sua vida cotidiana.

“Não estamos mais no campo dos efeitos intencionais, ligados a um contexto de comunicação limitado no tempo e caracterizado por objetivos que visam obter tais efeitos: passamos agora para efeitos em certa medida latentes, implícitos no modo como determinadas distorções na produção de mensagens se reverberam no patrimônio cognitivo dos destinatários. No centro da problemática dos efeitos coloca-se, portanto, a relação entre a ação constante dos meios de comunicação de massa e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social, que dá forma a uma determinada cultura e nela age dinamicamente” (WOLF, 2006, pág. 142)

A teoria da construção social da realidade aplicada aos estudos sobre jornalismo surgiu pioneiramente no livro *Opinião Pública*, publicado pelo jornalista e filósofo norte-americano Walter Lippmann em 1922, no qual ele se vale das então recentes descobertas no campo da psicologia para descrever o que considera a relevância vital do jornalismo na construção de imagens mentais sobre acontecimentos ocorridos em instâncias distantes do entorno imediato vivenciado pelos cidadãos, criando assim o que chamou de pseudoentorno político e social, compartilhado pelos indivíduos em um mesmo espaço de convivência. Ou, em outras palavras, “os veículos noticiosos, nossas janelas ao vasto mundo, além de

nossa experiência direta, determinam nossos mapas cognitivos daquele mundo.” (LIPPMANN, 1922). Esse fenômeno tem então implicações diretas no funcionamento adequado do ideal de democracia baseada na cidadania bem informada, motivação principal dos estudos de Lippmann.

Tais pensamentos seriam depois sistematizados Donald Shaw e Maxwell McCombs no início dos anos 1970 na chamada teoria do agendamento, cuja hipótese foi formulada de maneira precisa por Shaw e, dada sua importância neste trabalho, merece ser diretamente citada:

“Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas... A hipótese da *agenda-setting* não sustenta que a mídia tenta persuadir. Descrevendo e precisando a realidade externa, a mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir. A asserção fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa.” (SHAW, 1979, p. 96; *apud* WOLF,)

A mídia agiria então não tanto por meio da persuasão dos receptores das informações que veicula, mas na elaboração e fornecimento controlado da própria topografia sobre a qual o pensamento do indivíduo delineia o seu percurso de entendimento sobre a realidade.

Naturalmente, esse processo de escolha do que é mais relevante não poderia se dar de forma gratuita e aleatória, mas de acordo com determinadas operações convencionais à prática profissional, ou seja, adequando-se a critérios de relevância, àquilo que é amplamente conhecido como *noticiabilidade*. A maneira como tais critérios de relevância se estabelecem e funcionam no processo de confecção da notícia foram objeto de um grande número de estudos sociológicos, entre os quais aqueles que resultaram na teoria do *newsmaking*, cujos eixos de investigação são, por um lado, a cultura profissional dos jornalistas e, por outro, a organização do trabalho e dos processos de produção da notícia. Quer dizer, os eventos somente se tornam notícias quando os jornalistas percebem sua aptidão a se conformarem no modo planejado como seu trabalho é padronizado em rotinas temporais e espaciais, visando fazer frente aos acontecimentos imprevistos.

No que se refere à cultura profissional, um dos aparatos de *noticiabilidade*, conforme esquematizado pela teoria do *newsmaking*, são os valores-notícia, nada mais que...

“...regras práticas que compreendem um corpus de conhecimentos profissionais e guiam os procedimentos de trabalho redacional... Os valores-notícia estão continuamente presentes nas interações cotidianas dos jornalistas em sua cooperação

profissional. Mas ainda mais, eles constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos compartilhados a respeito da natureza e dos objetos das notícias, referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários. O valores-notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo” (GOLDING; ELLIOTT, 1979, pág. 114; *apud* WOLF, 2005, pág. 203)

Ao mesmo tempo, para que possam ser aplicados rápida e repetidamente todos os dias, quase que de maneira “automática”, é claro que tais critérios possuem flexibilidade o bastante para permitirem a conciliação de múltiplos fatores de avaliação. Antes de apresentar alguns desses fatores gostaríamos de destacar o aspecto dinâmico dos valores-notícia, quer dizer, “mesmo apresentando uma forte homogeneidade dentro da cultura profissional (acima das divisões ideológicas, de geração, etc.), não permanecem sempre os mesmos. Isso se manifesta claramente na especialização temática a que os meios de informação se dedicam num determinado período histórico” (WOLF, 2005, p. 205). Nesse sentido, a hipótese deste trabalho é que os critérios de racionalidade técnica, manifestos em índices e planilhas econométricas, privilegiados pela ideologia neoliberal são determinantes na configuração dos valores-notícia do jornalismo econômico brasileiro, ideia apreendida a partir da reconstituição histórica sobre o próprio surgimento e consolidação da cultura profissional deste subcampo jornalístico no Brasil, feita no capítulo anterior.

A teoria do *newsmaking* esquematiza as admissões implícitas nos valores-notícias em considerações relativas aos caracteres substantivos dos acontecimentos; a características relativas ao produto informativo resultante; ao público; à concorrência (WOLF; 2005, p. 207).

A primeira consideração diz respeito a se o evento a ser avaliado como notícia é *importante* ou *interessante* segundo fatores como o grau de autoridade dos envolvidos no acontecimento; qual o impacto sobre o interesse nacional, o que leva em conta elementos como *significação* dentro do contexto cultural do país e *proximidade* geográfica ou cultural (isso depende mais das condições estruturais de coleta da notícia e, principalmente, de questões geopolíticas do que de distâncias, o que faz com que Washington esteja muito mais próximo de São Paulo do que La Paz, por exemplo); a quantidade de pessoas envolvidas no evento, em correlação com a afinidade cultural e o *status* do local onde ocorre (por exemplo, um desastre onde morre um norte-americano acaba sendo mais noticioso do que outro em que morrem 20 indianos); aos desdobramentos em acontecimentos futuros.

A segunda consideração diz respeito à disponibilidade e característica do produto informativo. Nesse ponto a teoria considera critérios de relevância como a *novidade* da notícia, entre outros, incluindo um que é caro a este trabalho: a *negatividade* da notícia

“como resultado de uma ideologia da informação (baseada, por sua vez, na história dos sistemas informativos e do jornalismo). Um dos mais difundidos ditados jornalísticos o esclarece com eficácia: *‘bad news is good news’*” (WOLF, 2005, p. 215). Sob esse critério, a partir do posicionamento do jornalista, tomada em conta a origem e evolução que tiveram as empresas jornalísticas na sociedade em que estão inseridas (SCHUDSON, 1978, *in* TRAQUINA, 1993, pág. 281), os acontecimentos noticiáveis são aqueles que representam uma infração, um desvio do que deveria ser o curso positivo e normal das coisas.

Os critérios de relevância relacionados ao público são os menos aprofundados na teoria dos *newsmaking*, mas dizem respeito a valores-notícia como a crença que os jornalistas possuem a respeito do público e, por extensão, do que seria de seu interesse. No caso do jornalismo econômico praticado em publicações de informação geral, como os jornais de grande circulação, esse aspecto apresenta uma contradição, pois ao mesmo tempo em que não perde de vista agradar ao critério do que seria o “interesse público” em geral, o jornalista econômico possui a consciência de dialogar também com um público mais restrito, de empresários e investidores, cujos interesses o jornalista deve também atender. Isso leva a distorções. Por exemplo, com frequência o fato de o nível de desemprego bater mínimas históricas, o que seria de alta relevância levando-se em consideração critérios relacionados ao público geral, muitas vezes é um informação hierarquizada a um nível abaixo de outras, que levam em conta o que seriam os interesses de um público mais restrito, por vezes identificado como o “mercado”. Desse modo que dados como as estatísticas de crescimento do Produto Interno Bruto ou o desempenho fiscal do governo acabam sendo colocados como prioridade também para o público geral.

Do ponto de vista da organização do processo de produção da notícia, diferentes organizações podem possuir diversas configurações de trabalho, mas é possível, e assim a teoria do *newsmaking* o faz, dividi-lo basicamente em procedimentos de coleta, seleção e apresentação das notícias. Na fase de coleta, as *fontes* são os elementos fundamentais a serem considerados. Visto pelo leitor, o jornalismo pode parecer ser composto por um conjunto de histórias de ocorrência espontânea, mas a necessidade de se ter um fluxo constante e assegurado de notícias, para que se consiga entregar um produto em constante renovação ao público, exige um alto grau de planificação das rotinas de produção, o que, em decorrência, faz com o material coletado para ser transformado em notícia tenha como origem canais profundamente estruturados para atender aos critérios de *noticiabilidade*, a exemplo das assessorias de imprensa, assim como fontes estáveis de informação, como são as institucionais, que tornam possível uma cobertura programada ao fornecerem informações fidedignas com prazos predeterminados.

Como todo dado estatístico, no entanto, para que se torne notícia é preciso que seja contextualizado e racionalizado. Para tal são acionadas fontes que atendam a critérios como fidedignidade, produtividade (concedem mais informações e que menos necessitem verificação) e predisposição. No caso do jornalismo econômico, por exemplo, assessorias disparam comentários sincronizados à divulgação de dados econômicos e jornalistas acionam previamente fontes conhecidas, de modo a otimizarem suas rotinas. A respeito das fontes, os estudos do *newsmaking* chegaram a conclusões que atestam esse como um dos nós da distorção de informações, pois:

“a rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção. *As fontes que se colocam às margens dessas duas determinações muito dificilmente podem influir de maneira eficaz na cobertura informativa.*” (WOLF, 2005, pág. 235).

No caso do jornalismo econômico brasileiro, Paula Puliti (2013) analisa como a partir de 1990 os agentes do mercado financeiro passaram a utilizar uma ampla gama de estratégias “para se aproximar dos jornalistas e se tornarem porta-vozes do saber econômico. Economistas de mercado foram treinados para falar com jornalistas, acompanhando a criação e a consolidação dos departamentos de economia, que seriam a face dos bancos com ampla inserção na mídia” (PULITI, 2013, pág. 195). Entre 1989 e 2002, por exemplo, uma análise de conteúdo realizada pela pesquisadora constatou que em todos esses quatorze anos, com exceção de 1989, as fontes do mercado financeiro tiveram esmagadora maioria em sua presença no noticiário. Como resultado, ela verificou que, entre as matérias de destaque, aquelas com manchetes de abre página na capa do jornal e nos cadernos de economia, predominaram assuntos de interesse desses tipos de fonte, como privatização, gastos do governo (superávits e déficits), taxas de juros e câmbio, ao mesmo tempo em que nos 14 anos da amostra nenhuma única vez o destaque foi dado a assuntos igualmente de interesse da cobertura econômica porém de cunho social, como investimentos em habitação, por exemplo. Vale ressaltar, nesse sentido, que tais “deformações relativas às fontes não agem separadamente, mas reforçando-se com base nas ativadas nos valores-notícia e também sendo reforçadas por elas, pelo aprendizado e pela socialização profissional, pela organização do trabalho” (WOLF, 2005, pág. 241).

Uma vez apresentada a *noticiabilidade* como observada pela teoria do *newsmaking*, é importante reiterar que tais fatores, deduzidos a partir de uma extensa sociologia do trabalho jornalístico, dedicada a descrever a cultura e as rotinas do jornalista, não devem passar a falsa impressão de constituírem procedimentos robóticos, quando em realidade trata-se de diretrizes para uma série de negociações, que visam a determinar o que será inserido,

e como, na edição de uma publicação. A utilidade dessa teoria está em enfatizar como a naturalização de tais procedimentos, em resposta às premências cotidianas e aos contextos históricos nos quais as organizações estão inseridas, provoca uma distorção disseminada por todo o processo de trabalho, e muitas vezes não assimilada por seus praticantes, que, ao estarem inseridos nas atividades do dia a dia, a vivenciam como experiências lineares e automáticas (motivo pelo qual, inclusive, a maioria dos jornalistas rejeita a exatidão e validade de tais estudos) (WOLF, 2005, pág. 199).

Não se trata aqui de querer se valer da teoria para inocentar os jornalistas por eventuais manipulações, como se fossem meras engrenagens passivas, mas de destacar como o universo cultural da profissão acabou por naturalizar por todo o processo de produção distorções advindas justamente de uma estratégia de *profissionalização* da atividade jornalística. Em sua tese de mestrado, a pesquisadora Marcia Lisboa (1994) identificou no perfil do jornalista brasileiro em meados dos anos 1990 um progressivo abandono, por exemplo, de uma percepção romântica do jornalismo como militância impregnada pelo ideal de mudar o mundo para um noção ancorada na ideia de *profissionalismo*, amparado pela competência técnica. Tal passagem tem como pano de fundo a implementação pelas empresas jornalísticas de um modelo gerencial ajustado a “exigências objetivas”, sedimentado nos anos 80, quando começou a se disseminar internacionalmente a chamada “mentalidade de mercado” (MORETZSOHN, 2002, p, 109-111).

O exemplo pioneiro no caso brasileiro é o Projeto Folha, implementado no jornal *Folha de S. Paulo* em 1985, cujo objetivo declarado era justamente abandonar a militância pela qual o jornal ficou identificado no final do regime militar para atender “apenas” a exigências mercadológicas, de vender notícias como se fosse um produto de fabricação em série como outro qualquer. Ou, nas palavras do próprio jornal à época: “o jornalismo não é mais artesanato, mas uma atividade industrial que reivindica método, planejamento, organização e controle.”³ A exigências desse profissionalismo acabaram incorporadas às noções de noticiabilidade (MORETZSOHN, 2002, p. 112), gerando efeitos de evidência, ou aquilo que Pierre Bourdieu chamaria de *habitus*, como notou o sociólogo francês em suas pesquisas sobre televisão:

“Lembro-me de ter tido uma entrevista com um diretor de programação; ele vivia na evidência total. Eu lhe perguntava: “por que coloca isto em primeiro lugar e aquilo em segundo?” E ele respondia: “é evidente”. E é sem dúvida por essa razão que ele ocupava o lugar onde estava; isto é, porque suas categorias de percepção estavam ajustadas às exigências objetivas.” (BOURDIEU, 1997, p. 36).

³ http://www1.folha.uol.com.br/fofha/circulo/proj_85_1parte.htm (acessado em 11/12/2014)

Na perspectiva do *newsmaking*, portanto, as distorções do noticiário são em grande medida decorrentes da conformação dos eventos cotidianos aos processos de produção das notícias nas empresas jornalísticas, azeitados de modo a alcançar máxima eficiência. O resultado invariável é uma fragmentação da realidade em várias histórias apresentadas como acontecimentos únicos, sem contextualização satisfatória ou aprofundamento de seus significados, produtos finais de uma acomodação dos eventos do cotidiano aos formatos de cada meio e à *noticiabilidade*. Nesse sentido, os procedimentos de edição das notícias consistem em uma operação inversa, para tentar anular tais efeitos e reatribuir ao noticiário a aparência de ser um espelho da realidade. Em outras palavras,

“se todas as fases precedentes agem no sentido de *descontextualizar* os acontecimentos do âmbito social, histórico, econômico, político e cultural em que ocorrem e em que são interpretáveis (isto é, no sentido de “dobrar” o eventos às exigências da organização do trabalho informativo), nessa última fase de produção realiza-se uma operação inversa, de *recontextualizá-los*, porém dentro de um quadro diferente, no formato do noticiário. A fragmentação dos conteúdos e das imagens da realidade social coloca-se precisamente entre esses dois movimentos: de um lado, a extração dos acontecimentos de seu contexto, de outro, a reinserção dos eventos noticiáveis no contexto constituído pela “confecção”, pelo formato do produto informativo.” (WOLF, 2005, p. 259).

No caso do jornalismo econômico em específico, essa atomização dos eventos em acontecimentos singulares, descontinuidades da normalidade e desvios das regras assume um aspecto peculiar em seu processo de recontextualização, operado pela edição do noticiário, pois a economia é constituída muito mais por processos e sistemas, que acabam singularizados em episódios econométricos, do que propriamente por uma sucessão de fatos únicos. Razão pela qual os fatos econômicos “precisam ser interpretados à luz de processos, leis e relações econômicas, às vezes conflitantes e quase sempre ignoradas pelo senso comum, já que formuladas em outro nível de saber, o das teorias econômicas” (KUCINSKI, 2007, pág. 21).

O resultado dessa característica particular se dá em duas etapas. Como vimos, os assuntos econômicos tornaram-se agenda dominante na mídia a partir do golpe de 1964 no Brasil, como parte crucial de um aparato montado com a meta de impor a economia como tema dominante da agenda pública como um todo. Por ser esse um assunto estranho ao senso comum, assumimos a hipótese de que a imprensa teve papel fundamental em inaugurar as categorias cognitivas sobre as quais o entendimento dos processos econômicos passou a ser construído como um pseudoentorno compartilhado entre os leitores brasileiros. Portanto, devido às características históricas que constituíram o jornalismo econômico brasileiro, a própria ideologia neoliberal no seio da qual o jornalismo econômico brasileiro foi gestado tornou-se o único campo cognitivo a partir do qual o cidadão que buscasse atender

à necessidade então oficialmente incentivada por se informar sobre a atualidade econômica poderia erigir seu próprio entendimento sobre os processos econômicos.

Portanto, no cotejamento entre agenda midiática e agenda pública, o não atendimento a premissas neoliberais sobre a economia adquire nas páginas dos jornais a conotação de crise econômica em geral, o que nem sempre corresponde ao cotidiano vivido pelos cidadãos. Em teoria, o desempenho da economia não é interpretado na cobertura econômica sob o ponto de vista do bem-estar social ou qualquer outro valor ideológico que não os assumidos como imprescindíveis pelo neoliberalismo, doutrina econômica que visa a legitimação do ponto de vista de uma faixa específica da população, numa contradição do que seriam ideais democráticos do jornalismo como veículo informativo para alimentar o exercício da cidadania. Dessa maneira,

“À medida que o destinatário não é capaz de controlar a exatidão da representação da realidade social, *com base em algum padrão externo à mídia*, a imagem que ele forma para si mesmo mediante essa representação acaba por ser distorcida, estereotipada ou manipulada’ (ROBERTS, 1972, pág. 380). Sendo assim, a hipótese [da teoria do agendamento] coloca o problema da *continuidade a nível cognitivo* entre as distorções que se originam nas fases de produção da informação e os critérios de relevância, de organização dos conhecimentos, que os usufruidores de tal informação assimilam e tornam seus... Do mesmo modo que as rotinas de produção e os critérios de relevância em sua aplicação constante de certos temas, aspectos e problemas forma uma moldura interpretativa, um esquema de conhecimentos, um *frame [enquadramento]* que se aplica (de maneira mais ou menos consciente) para dar sentido ao que observamos.” (WOLF, 2005, pág. 145)

A respeito do enquadramento, Todd Gitlin resumiu que:

os *enquadramentos dos media*, que em grande parte são tácitos e não admitidos, organizam o mundo tanto para os jornalistas como que o descrevem como, num grau muito importante, para nós que confiamos em suas descrições. Os *enquadramentos de media* são padrões persistentes de cognição, de interpretação e de apresentação, de seleção, de ênfase e de exclusão, através dos quais os manipuladores-de-símbolos organizam habitualmente o discurso, seja ele visual ou verbal. Os *enquadramentos* possibilitam aos jornalistas processar, rápida e rotineiramente, grandes quantidades de informação, designá-las por categorias cognitivas e acondicioná-las para uma eficiente transmissão a suas audiências” (GITLIN, 1980; *apud* MORETZSOHN, 2002, p. 94).

Considerando fatos econômicos ocorridos ao longo dos últimos anos, como o não cumprimento de metas fiscais, a inflação acima do teto da meta estabelecida pelo Banco Central e o baixo crescimento do PIB, indicadores caros à perspectiva neoliberal da economia, é a hipótese deste trabalho que o jornalismo econômico brasileiro, baseado em seus critérios de *noticiabilidade* peculiares, desempenhou um *enquadramento* da economia em uma *crise econômica*, privilegiando notícias negativas, interpretando fatos e dados econômicos como sinais de uma crise ou em andamento ou prestes a acontecer. Mas não necessariamente correspondente ao cotidiano da população, pois contrastante com outros indica-

dores como baixos níveis recordes de desemprego e máximas sucessivas de aumento da renda real dos assalariados observados durante o mesmo ano. A título de exemplo, em pesquisa realizada pelo Instituto Data Popular em 65 favelas de 35 cidades em todos os Estados brasileiros no ano de 2014, 73 % dos entrevistados responderam que suas condições de vida melhoraram no ano anterior ao levantamento, enquanto 94 % disseram esperar uma melhora ainda maior no ano seguinte (ATHAYDE; MEIRELLES, 2014, pág. 27).

3.2 Análise quantitativa

Para verificar a hipótese apresentada acima, vamos nos valer de um levantamento quantitativo realizado pelo projeto *Manchetômetro*⁴, do Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (Lemep) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Uerj), no qual foram avaliadas segundo o critério de valência (se eram positivas, negativas ou neutras) todas as chamadas de capa em jornais impressos de grande repercussão no país, a saber, a *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, durante o período oficial de campanha eleitoral à Presidência da República. Foram medidas as valências das manchetes em relação a categorias como candidatos, partidos e, também, a economia, e os resultados foram publicados na Internet ao longo do processo, sendo oferecidos como elemento de análise *a posteriori* aos (e)leitores. Ao final do pleito, os dados foram deixados online, assim como outros referentes às eleições de 2010 e 1998, constituindo uma base de informação de grande valia para considerações sobre efeitos a longo prazo.

As estatísticas foram disponibilizadas de modo relativamente cru, isto é, desacompanhadas de grandes rebuscamentos teóricos, embora sejam mencionados os conceitos de agendamento e enquadramento em sucintos textos de apresentação, e artigos acadêmicos nessa linha teórica sejam redigidos no âmbito do Lemep.

A comparação entre 1998 e 2014 se mostra particularmente interessante, pois o então candidato à reeleição, Fernando Henrique Cardoso, era do PSDB, enquanto o principal candidato da oposição, Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, posições que se inverteram em 2014, quando Dilma Rousseff (PT) foi a candidata da situação, tendo na maioria do tempo Aécio Neves (PSDB) como principal desafiante, o que veio a calhar com o objetivo declarado do *Manchetômetro*: identificar viés partidário nas coberturas durante os períodos eleitorais.

⁴ <http://www.manchetometro.com.br/>

Observando-se os dados, a primeira constatação que se destaca é o aumento significativo na quantidade de matérias, de um pleito para outro, somando-se todos as chamadas que tinham como sujeito principal um dos três principais candidatos⁵:

Ano	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S. Paulo</i>	<i>O Estado de S. Paulo</i>	Total
1998	66	77	84	227
2014	403	281	498	1182

Não vamos aqui especular as razões que levaram a esse crescimento significativo no número de chamadas de capa relacionadas à eleição, mas a observação já serve como primeiro alerta de que qualquer comparação entre os dois anos não deve ser tomada em termos absolutos, somente relativos.

Olhando-se para a cobertura política, os dados comprovam o que o senso comum sugere, que o candidato da situação está sempre mais quantitativamente representado na cobertura, muito devido ao fato de continuar no exercício do cargo enquanto concorre ao pleito. Em 1998⁶, 66,97 % de todas as matérias dedicadas aos candidatos a presidente foram sobre FHC, enquanto que em 2014⁷, Dilma foi a protagonista de 61,79% das chamadas de capa, somando-se os três jornais. Mas quando paramos para observar a proporção de matérias positivas, neutras e negativas em relação aos candidatos que disputavam a reeleição, nota-se uma discrepância de tratamento entre os dois políticos.

	FHC	Dilma
Positivas	22,60%	2,02%
Negativas	12,32%	42,2%
Neutras	65,06%	55,15%

Um discrepância nada dispensável, portanto, mesmo levando-se em consideração o ideal atribuído à imprensa de fiscalização do poder. Uma diferença de 30 pontos percentuais na proporção de matérias negativas entre candidatos do PSDB e do PT é um forte indicador da presença de um componente partidário na cobertura política, o que fica corrobora-

⁵ <http://www.manchetometro.com.br/analises-1998/analises98-enquadramento-politica/> (acessado em 11/12/2014)

⁶ <http://www.manchetometro.com.br/analises-1998/analises98-candidatos/> (acessado em 11/12/2014)

⁷ <http://www.manchetometro.com.br/analises/candidatos/> (acessado em 11/12/2014)

rado quando observamos os resultados referentes aos candidatos de oposição em cada pleito:

	Lula	Aécio Neves
Positivas	2,77%	13,39%
Negativas	36,11%	14,37%
Neutras	61,11%	72,22%

Embora o enfoque deste trabalho seja a cobertura econômica e não a política, tal indício estatístico de favorecimento partidário na cobertura dos grandes jornais é relevante, já que, dentre outras razões, há uma grande incidência de temas econômicos permeando a cobertura política. O enquadramento do noticiário político vale assim também como indicador de filiação ideológica da imprensa com o ideário econômico que marca o PSDB desde sua chegada ao poder em 1994, na esteira do Plano Real: a implantação das diretrizes da ortodoxia neoliberal. É algo que fica melhor indicado quando destrinchamos os números do *Manchetômetro* referentes ao noticiário econômico⁸:

1998

	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S. Paulo</i>	<i>O Estado de S. Paulo</i>	Total
Positivas	17	8	50	75
Negativas	34	54	76	164
Neutras	25	42	17	84

2014

	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S. Paulo</i>	<i>O Estado de S. Paulo</i>	Total
Positivas	10	6	14	30
Negativas	88	34	156	278
Neutras	27	13	27	67

Cobertura econômica proporcional

	1998	2014
Positivas	23,21%	8%
Negativas	50,77%	74,13%
Neutras	26,00%	17,86%

⁸ <http://www.manchetometro.com.br/analises/enquadramento-economia/> (acessado em 11/12/2014)

Como se vê, há um claro viés negativo em 2014. Atendo-se estritamente às estatísticas do *Manchetômetro*, pode-se ficar com a impressão de que a economia em 2014 esteve em estado mais grave do que se encontrava em 1998. Ao se observarem os cenários econômicos propriamente ditos, no entanto, as indicações são inversas.

Em 1998, a taxa básica de juros, estabelecida pelo Comitê de Política Monetária (Copom), do Banco Central, por exemplo, encontrava-se acima de 40 por cento ao ano⁹. Isso estrangulava a indústria e pressionava as importações em um cenário de já alto déficit na balança comercial. Em novembro daquele ano, a balança bateu mínima recorde, jamais alcançada novamente em termos absolutos, de 1,4 bilhões de dólares¹⁰. Somente em um mês, o chamado “setembro negro”, o país perdeu 45 bilhões de dólares em reservas cambiais, destinados unicamente à amortização de dívidas, ficando com somente 30 bilhões de dólares em caixa¹¹, nível muito abaixo do montante da dívida externa de então, 241,5 bilhões de dólares¹². O país não registrou superávit primário aquele ano, malgrado a liquidação da primeira parcela de recursos angariados com a vultosa privatização da Telebrás, vendida por mais de 22 bilhões de reais¹¹. O superávit fiscal ficou em 0,01 % do PIB e a dívida líquida disparou para acima dos 50% do PIB¹². Por fim, o crescimento do Produto Interno Bruto em 1998 foi de 0,0%, quer dizer, ficou estagnado¹³. Único índice favorável, a inflação medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), calculado pelo IBGE, fechou o ano em 1,65 %¹⁴.

De fato, o país vem apresentando deterioração similar em seus chamados fundamentos macroeconômicos ao longo do ano de 2014. O déficit registrado na balança comercial de outubro, por exemplo, ficou na ordem de 1,17 bilhões de dólares¹⁵, menor somente do que o de 1998. A Lei de Responsabilidade Fiscal – projeto do governo FHC aprovado em Congresso em 2000 que estabelece, a cada ano, a obrigatoriedade de o governo estipular qual proporção do PIB vai economizar, durante o ano seguinte, no chamado superávit

⁹ <http://www.bcb.gov.br/Pec/Copom/Port/taxaSelic.asp#notas> (acessado em 11/12/2014)

¹⁰ <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=4786&refr=1161> (acessado em 11/12/2014)

¹¹ http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/td/Td-77.pdf (acessado em 11/12/2014)

¹² <http://www4.bcb.gov.br/pec/gci/port/focus/FAQ%208-Contas%20Externas.pdf> (acessado em 11/12/2014)

¹³ <http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?vcodigo=ST12> (acessado em 11/12/2014)

¹⁴ <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000168.pdf> (acessado em 11/12/2014)

¹⁵ <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=4786&refr=1161> (acessado em 11/12/2014)

fiscal – foi descumprida pelo governo de Dilma Rousseff, que optou por alterar a lei em Congresso para não incorrer em ilegalidade.

Ainda assim, a situação manteve-se distante de ser tão grave quanto na crise de 1998. Em nota divulgada em novembro, o Banco Central previu que o crescimento do PIB em 2014 ficará em 0,7 %¹⁶. Desde 2008, a dívida externa brasileira mantém-se em patamar controladamente menor do que o volume de reservas em dólar mantidas em caixa. Além disso, a taxa básica de juros vigente, de 11,75% ao ano⁹, faz com que o Brasil possua a menor taxa de juro real pelo menos desde a redemocratização do país, uma vez descontada a inflação medida pelo IBGE, que ao longo do ano manteve-se na casa de 6,5 % em 12 meses – próximo ao teto da meta estabelecida pelo Banco Central, porém controlada num patamar continuado.

A diferença entre os dois anos salta com ainda mais eloquência quando prestamos atenção a outros indicadores sobre o estado da economia, especialmente dois de impacto direto no bem-estar da população: emprego e renda. Dados da Pesquisa de Emprego e Desemprego feita pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese)¹⁷ mostram que o índice de desemprego nas áreas metropolitanas brasileiras em 1998 correspondia a 18,6 % da população economicamente ativa, quase o dobro do que a taxa verificada em junho de 2014, quando ficou em 10,8 %. Em 1998, o Dieese calculava¹⁷ que o salário mínimo necessário para uma família de 4 pessoas viver era de R\$852,12, enquanto o salário mínimo nominal era de R\$130,00, 6,5 vezes menor. Para 2014, com o mínimo em R\$724,00, a situação melhorou, e o órgão calculou serem necessários R\$2,861,55, 3,9 vezes mais do que o mínimo.

O que mudaram também foram as atitudes tomadas pelo governo diante do comportamento da economia.

O dia 23 de setembro de 1998, a 11 dias da eleição, foi dramático em Brasília. O presidente Fernando Henrique Cardoso convocou uma coletiva de imprensa no Palácio do Itamaraty, onde fez um discurso em que alertava a população sobre um duro “choque” econômico, visando combater a crise de desvalorização do real, aguardada para o ano seguinte. Entre as medidas, estava recorrer a empréstimos junto ao Fundo Monetário Internacional (FMI) - cujas condições de financiamento são intimamente atreladas à aplicação do “Consenso de Washington” –, o aumento de impostos e fortes cortes de gastos, mesmo diante de um cenário de estagnação na economia e retração no emprego. No dia seguinte, o

¹⁶ <http://www.bcb.gov.br/htms/relnf/port/2014/09/ri201409b2p.pdf> (acessado em 11/12/2014)

¹⁷ <http://www.dieese.org.br/analiseped/2014/201406pedmet.pdf> (acessado em 11/12/2014)

jornal *Estado de S. Paulo*, por exemplo, trouxe a manchete “FHC convoca nação para ajuste fiscal” e editorial elogiando a atitude do presidente e “assumir o comando”, conforme destaca Luna de Oliveira Sassara em artigo publicado no *Manchetômetro*¹⁸. A pesquisadora destaca também como a palavra “crescimento” foi usada 9 vezes em chamadas de capa pelo jornal paulista em 1998, mesmo com a alta do PIB em 0,0%, e nenhuma vez o termo “estagnação”, já utilizado para descrever a economia em chamadas de capa três vezes em 2014, quando a previsão para o PIB é de alta de 0,7%.

Dilma Rousseff – ela própria uma economista formada na Unicamp, universidade cujos economistas costumam ser associados a correntes estruturalistas de pensamento econômico, em oposição às monetaristas – optou por medidas contrárias a FHC, anticíclicas: aumento de gastos, manutenção da oferta de crédito com recursos do Tesouro Nacional, desoneração de impostos e redução de juros básico, todas medidas classificadas como “heterodoxas” segundo a perspectiva do neoliberalismo financeiro mundial, por não tomar como prioridade a parcimônia fiscal.

Não faz parte do escopo deste trabalho julgar o mérito ou as consequências das escolhas feitas pelas equipes econômicas dos diferentes governos ao longo do tempo, e sim mostrar o contraste entre as políticas adotadas e a discrepância entre os cenários observados na economia e a cobertura feita pelos jornais. Após essas comparações, restam fortes indícios sobre o agendamento do noticiário de modo a priorizar o destaque a medidas que atendam aos preceitos econômicos da ideologia neoliberal, assim como enquadrar com forte viés negativo as medidas que não atendam.

¹⁸ <http://www.manchetometro.com.br/artigos/e-a-economia-estupido-ou-nao-a-cobertura-do-estado-nos-pleitos-de-1998-e-2014/> (acessado em 11/12/2014)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vale lembrar, antes de qualquer consideração final, que a curiosidade que motivou este trabalho foi a de estudar os fundamentos históricos e os aspectos característicos da profissão de jornalista que servem de base para explicar uma hipótese: a de que o jornalismo econômico brasileiro enquadra sua cobertura sobre a economia em categorias cognitivas ligadas a uma visão específica sobre os processos econômicos, atreladas ao que se conhece por neoliberalismo, uma ideologia particular, articulada e defendida pelo centro do poder do capitalismo mundial, a saber, o setor financeiro internacional.

Por meio de uma revisão bibliográfica, concluímos que o projeto neoliberal de fabricação de consensos sobre a economia no Brasil teve no jornalismo econômico um instrumento estratégico de atuação. O próprio surgimento e consolidação das editorias de economia brasileiras estiveram vinculados à legitimação de tais ideias frente à opinião pública, à medida que a população se viu cada vez mais estimulada a familiarizar-se sobre temas econômicos e desvincular-se do debate político.

Nesse sentido, o golpe civil-militar de 1964 no Brasil representa um marco temporal determinante, por ter sido nesse período que a economia avançou sobre o espaço antes dedicado à política na cobertura jornalística de temas nacionais. As razões para isso podem ser encontradas tanto na intensificação da repressão ao dissenso, como na maior intervenção do Estado na economia e decorrente decisão deliberada do regime em eleger os assuntos econômicos como seu principal baluarte de legitimação junto ao povo.

A primazia de temas econômicos no noticiário brasileiro viria a se mostrar irreversível nas décadas seguintes, ao longo do processo de redemocratização, marcado no campo econômico pelas sucessivas crises do petróleo e a entrada no espiral de descontrole da inflação, o que teve o efeito de reforçar o papel assumido pelos jornalistas em esclarecer e guiar a população através das constantes mudanças de regras, congelamentos, reajustes e indexadores decorrentes dos oito pacotes econômicos sucessivos implementados a partir de 1986. É imprescindível voltar a ressaltar também que no período que vai desde meados dos anos 1950 ao início dos anos 1990, o setor de comunicação no Brasil não simplesmente se adaptou às circunstâncias mutantes, mas passou ele próprio por mudanças estruturais profundas no que diz respeito ao desenvolvimento de grandes redes de alcance nacional e à configuração dos veículos de comunicação como empresas comerciais inseridas no ambiente de livre concorrência capitalista, ou seja, que visam à busca pela maior rentabilidade possível a seus proprietários e acionistas.

A centralidade da economia como tema da cobertura jornalística a partir dos anos 1980 se beneficiou também do esvaziamento do embate ideológico provocado pelo fim da Guerra Fria, momento em que doutrinas econômicas passaram a ter mais importância do que teorias políticas. Por ser exercido por uma elite intelectual e estar vinculado a interesses empresariais, o padrão ideológico do jornalismo brasileiro aprofundou, com entusiasmo, sua adesão às teorias neoliberais que passaram a orientar os padrões ideológicos da elite dominante, assumindo-as como dogmas.

Num segundo momento, as teorias sociológicas a respeito do trabalho jornalístico e dos efeitos de sua cobertura foram estudadas para se tentar compreender os processos internos à produção da notícias através dos quais se operam distorções do noticiário. Em seguida, utilizamos dados quantitativos, disponíveis publicamente, sobre a cobertura econômica em dois períodos históricos díspares, para buscar indícios que nos permitissem chegar à conclusão de que existe, de fato, um agendamento e um enquadramento do noticiário econômico em favor da temática neoliberal.

Acreditamos que esse viés particular observado na cobertura econômica dos grandes jornais esteja no cerne da disputa discursiva para influenciar a agenda pública, destacada logo na abertura da introdução deste trabalho: a controvérsia entre o discurso midiático e o discurso oficial, representado pela presidente Dilma Rousseff, que acusa a imprensa de pessimismo em relação aos dados econômicos. O próprio esforço da mandatária em antagonizar o discurso midiático, sempre instada a comunicar-se com os “mercados”, é um indicativo de eficácia no agendamento estimulado pela imprensa, já que estabelece os próprios termos do debate.

Mas medir até que ponto tal agendamento é eficaz em influenciar a agenda dos agentes econômico é uma meta que fica em aberto. Por exemplo, até que ponto notícias pessimistas a respeito da inflação são capazes de incentivar a própria subida dos preços? Quais as possíveis consequências socioeconômicas desse tipo de agendamento-enquadramento da economia pela mídia? Em que medida a agenda midiática consegue se impor à agenda oficial, influenciando, por exemplo, a escolha dos integrantes das equipes econômicas do governo? Até que ponto a cobertura econômica busca agendar não somente as categorias racionais sobre as quais o debate da economia se dá, mas também o estado emocional dos cidadãos em relação ao cenário econômico? Esta última pergunta estaria vinculada inclusive já a desdobramentos mais recentes das teorias no campo da comunicação, que levam em consideração não apenas aspectos cognitivos do processo comunicativo, mas também os afetivos.

Este trabalho está longe de ser capaz de responder a perguntas como essas, que ficam como propostas de estudos futuros. O que se espera, ao fim, é ter-se dado um singelo primeiro passo na compreensão sobre a atuação do jornalismo de economia no contexto brasileiro.

5. BIBLIOGRAFIA

ABREU, Alzira Alves de. “Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática”. In: ABREU, Alzira A. de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. *Mídia e Política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p.

ABREU, Alzira A. de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando. “Uma instituição ausente nos estudos de transição: a mídia brasileira”. In: ABREU, Alzira A. de (Org.). *A democratização no Brasil: atores e contextos*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ATHAYDE, Celso & MEIRELLES, Renato. *Um país chamado favela*. São Paulo: Gente Editorial, 2014.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. v. 2. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BASILE, Sidnei. *Elementos do jornalismo econômico*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

DINES, Alberto. *O papel do jornal e a profissão do jornalista*. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

KUCINSKI, Bernardo. “Paradoxos do jornalismo econômico”. In: *Revista AdUsp*, São Paulo, dez. 1997.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo econômico*. São Paulo: EdUsp, 2007.

LACHINI, Cláudio. *Anábase: história da Gazeta Mercantil*. São Paulo: Lazuli, 2000.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

LENE, Hérica. *Jornalismo de Economia no Brasil*. Cruz das Almas: UFRB, 2013.

LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Vozes: Petrópolis, 2008.

LOUREIRO, Maria Rita. *Os economistas no governo: gestão econômica e democracia*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

McCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda*. Vozes: Petrópolis, 2009.

MENDONÇA, Sônia Regina de; FONTES, Virgínia Maria. *História do Brasil Recente: 1964-1992*. São Paulo: Ática, 1994.

MENDONÇA, Sonia. Regina de. *Estado e Economia no Brasil: opções de desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

MITERHOF, Marcelo. “Jornalismo Econômico”. *Folha de S. Paulo*. São Paulo: 06/02/2014. p. B10.

- MONTEIRO, Armando Monteiro. *O jornalismo econômico e a cobertura sobre privatização*. Tese de Mestrado – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.
- MORESTZOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos – jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2007.
- MORESTZOHN, Sylvia. *Jornalismo em “tempo real” – o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2002.
- PRADO, Maria Clara R. M. do. *Real história do Real: uma radiografia da moeda que mudou o Brasil*. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- PULITI, Paula. *O Juro da notícia – jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro*. Florianópolis: Editora Insular, 2013.
- QUINTÃO, Aylê-Salassiê Figueiras. *O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964*. Rio de Janeiro: Agir, 1987.
- RESENDE, a José Venâncio de. *Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços*. São Paulo: Ícone, 2005.
- SARDENBERG, Carlos Alberto. *Aventura e agonia: nos bastidores do Plano Cruzado*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- SCAVONE, Lúcia; BELLONI, Maria Luiza; GARBAYO, Cléa Sarmiento. *A dimensão política da comunicação de massa: um estudo exploratório do caso brasileiro*. Rio de Janeiro: FGV, 1975.
- SINGER, Paul. “Evolução da economia e vinculação internacional”. In: *Brasil: um século de transformações*. Ignacy Sachs, Jorge Wilhelm e Paulo Sérgio Pinheiro (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- SINGER, Suzana. “Nuvens Negras”. *Folha de S. Paulo*. São Paulo: 26/01/2014. p. A6.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.