

Antonio José Pedroso Neto
Romário Rocha do Nascimento
(ORGANIZADORES)

FONTES E VOZES NO JORNALISMO ECONÔMICO



● Rec

Antonio José Pedroso Neto
Romário Rocha do Nascimento
(ORGANIZADORES)

FONTES E VOZES NO JORNALISMO ECONÔMICO



**PALMAS - TO
2020**

Universidade Federal do Tocantins

Reitor

Luis Eduardo Bovolato

Vice-reitora

Ana Lúcia de Medeiros

Pró-Reitor de Administração e Finanças (PROAD)

Jaasiel Nascimento Lima

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis (PROEST)

Kherlley Caxias Batista Barbosa

Pró-Reitora de Extensão, Cultura e Assuntos

Comunitários (PROEX)

Maria Santana Ferreira Milhomem

Pró-Reitora de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas

(PROGEDEP)

Vânia Maria de Araújo Passos

Pró-Reitor de Graduação (PROGRAD)

Eduardo José Cezari

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPESQ)

Raphael Sanzio Pimenta

Conselho Editorial

EDUFT

Presidente

Francisco Gilson Rebouças Porto Junior

Membros por área:

Liliam Deisy Ghizoni

Eder Ahmad Charaf Eddine
(Ciências Biológicas e da Saúde)

João Nunes da Silva

Ana Roseli Paes dos Santos

Lidianne Salvatierra

Wilson Rogério dos Santos
(Interdisciplinar)

Alexandre Tadeu Rossini da Silva

Maxwell Diógenes Bandeira de Melo
(Engenharias, Ciências Exatas e da Terra)

Francisco Gilson Rebouças Porto Junior

Thays Assunção Reis

Vinicius Pinheiro Marques
(Ciências Sociais Aplicadas)

Marcos Alexandre de Melo Santiago

Tiago Groh de Mello Cesar

William Douglas Guilherme

Gustavo Cunha Araújo
(Ciências Humanas, Letras e Artes)

Diagramação e capa: Gráfica Movimento

Arte de capa: Gráfica Movimento

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Associação Brasileira de Editores Científicos

<http://www.abecbrasil.org.br>

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP

P372f

Pedroso Neto, Antonio José. (Org.)

Fontes e vozes no jornalismo econômico / Organizadores: Antonio José Pedroso Neto, Romário Rocha do Nascimento. – Palmas, TO: EDUFT, 2020. 148 p. il. ; 21 x 29,7 cm.

Inclui referências bibliográficas.

ISBN 978-65-89119-60-9

1. Jornalismo. 2. Economia, Brasil. 3. Economia, jornalismo. 4. Copom. 5. Crise econômica. 6. Previdência, reforma I. Antonio José Pedroso Neto. II. Romário Rocha do Nascimento. III. Título.

CDD – 070.8161

SUMÁRIO

Prefácio	7
Apresentação	10
O jornalismo de economia no Brasil: os economistas como fontes e os jornalistas	17
<i>Hérica Lene</i>	
O jornalismo econômico da Folha de S. de Paulo: as decisões do Copom, as fontes e seus vínculos durante o governo Lula (2003)	34
<i>Letícia Fiera</i>	
<i>Framing</i> da taxa selic e vozes jornalísticas: construtos simbólicos significativos	49
<i>Lara Francielly Santos Tavares</i>	
“Outsiders”, “insiders” ou “ambos”: a pressão performativa dos jornalistas e economistas sobre a taxa básica de juros (SELIC)	66
<i>Márcio Rogério Silva</i>	
Crise econômica e desoneração do IPI nos jornais brasileiros: menor homogeneidade das vozes entre os jornais, participação concentrada em poucos grupos sociais e baixa presença de vozes dos economistas	89
<i>Vanildo Lisboa Veloso</i>	
A reforma da previdência nos sites de cobertura econômica e financeira do Brasil: vozes protagonistas no ano de eleição presidencial	109
<i>Romário Rocha do Nascimento e Rogéria Martins Costa</i>	
Que tipo de conhecimento produzem os jornalistas? Tradução, mediação e autoria no jornalismo brasileiro	130
<i>Tomás Undurraga</i>	
Sobre os organizadores e autores	148

PREFÁCIO

OBJETIVANDO O LUGAR SOCIAL DO JORNALISMO ECONÔMICO BRASILEIRO: FONTES, VOZES, RECORRÊNCIAS E HIERARQUIAS

O campo do jornalismo econômico é um espaço de produção cultural e de poder; é produtor e difusor de bens simbólicos muito particulares, em especial conhecimento, prescrição e normas sobre a economia que, de alguma forma, tem influência sobre a sociedade em geral. Dentre os produtos simbólicos possíveis, jornalistas econômicos fazem uma seleção das notícias que serão publicadas ou não, e determinam as condições em que isso ocorrerá (Pedroso Neto, 2015a). É com essa assertiva e sobre esse espaço social que trata o livro que o leitor tem em mãos.

Composto de uma Apresentação, escrita pelos organizadores, Antônio José Pedroso Neto e Romário Rocha do Nascimento, e sete instigantes capítulos, o livro *Fontes e vozes no jornalismo econômico brasileiro: recorrências e hierarquias* aborda uma pluralidade de temas a partir de universos empíricos explorados e de metodologias atinentes às Ciências Sociais. Chamo a atenção para o rigor metodológico de todas as pesquisas que utilizam desde a etnografia, a análise de enquadramento, a análise de conteúdo, a análise de discurso e a análise de similitude com uma maturidade nem sempre alcançada nos estudos da área.

Ademais, fugindo de leituras fáceis, os autores se aproximaram, em alguma medida, de uma abordagem que considera o jornalismo a partir do conceito de campo de Pierre Bourdieu. Portanto, implícita ou explicitamente, os autores entendem as tomadas de posição dos jornalistas econômicos como produtos de suas posições em um subespaço do campo do jornalismo e da relação desse campo e seus subespaços com outros campos sociais (BOURDIEU, 1987; CHAMPAGNE, 2007; DUVAL, 2004). Por desdobramento, as análises colocam o campo do jornalismo como campo de poder (BOURDIEU, 1987); o que quer dizer que, em maior ou menor medida, está entrelaçado nas lutas políticas e econômicas e em relação com economistas, intelectuais, banqueiros, empresários, executivos, sindicalistas, governantes, jornalistas; agentes que produzem e reproduzem produtos simbólicos oriundos do campo do jornalismo.

No conjunto da obra, o jornalismo econômico é visto como um espaço que procura “impor uma visão legítima” sobre os fenômenos econômicos (BOURDIEU, 2000), contribuindo para a construção social da realidade (Schudson, 1995). Dessa forma, os autores, especialmente o capítulo de Tomás Undurraga, mostram que, ao selecionar histórias, discursos e enquadramentos, os jornalistas ajudam a sedimentar o conhecimento público, performatizando realidades. Considerar os postulados do jornalismo econômico como verdadeiros tem algumas implicações sobre as ordens sociais, pois naturaliza opções e práticas políticas e econômicas que tendem a separar a esfera econômica das outras esferas, como a cultura, a política e as relações sociais.

É nesse ponto que o livro contribui não apenas na temática do jornalismo econômico, mas também no debate travado pela sociologia econômica. Nesse sentido, os capítulos de Lara Francielly Santos Tavares e Márcio Rogério da Silva apontam que, a partir da taxa Selic, o

jornalismo econômico constrói *doxas* econômicas que são reproduzidas em todas as esferas da sociedade brasileira. Lara Tavares, especialmente, aponta que apesar de sucessivas altas da Selic, os jornais propagaram que a variação da Selic teve valor positivo para a economia do país.

A despolitização no jornalismo também foi evocada. Em seu capítulo, Hérica Lene discute o esvaziamento do debate político durante os oito planos econômicos anti-inflacionários ocorridos entre 1986-1999. Uma outra forma de abordar a despolitização do jornalismo econômico é a partir da homogeneização do conteúdo; ou seja, “os temas, os assuntos, os agentes, as práticas, as instituições e os enquadramentos veiculados são cada vez mais os mesmos, inclusive as imagens e as fontes de informação” (Pedroso Neto, 2015b, pp. 89-90). Nessa linha argumentativa está o capítulo de Letícia Fieira que, ao analisar a cobertura do jornalismo econômico da Folha de S. Paulo, sobre a definição da taxa de juros Selic pelo Comitê de Política Monetária (Copom) durante o primeiro ano do Governo Lula (2003), mostra que houve uma clara preferência pelas fontes vinculadas ao sistema financeiro. O capítulo coletivo, escrito por Romário Rocha do Nascimento e Rogéria Martins Costa, sobre o debate da reforma da previdência, em 2018, mostra igualmente a concentração de vozes do governo (Temer) no debate. O capítulo de Vanildo Lisboa Veloso, apesar de argumentar sobre baixa homogeneidade quando da cobertura jornalística sobre a desoneração do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI), entre 2008-2010, detectou a concentração do debate em vozes relacionadas ao empresariado e ao governo.

Como o leitor poderá notar, os autores identificam a capacidade de o jornalismo econômico impor princípios de hierarquização, prestígio e consagração não apenas no campo jornalístico, mas externo a ele: na política e na economia. E tudo isso só seria possível, porque a mágica do campo faria com que a atuação do jornalista econômico fosse vista apenas como uma rotineira divulgação de informação, atribuindo um certo *status* de “neutralidade” aos discursos veiculados, reforçando seu poder simbólico.

Por fim, os méritos do livro são inúmeros. Trata-se de uma obra que vem em boa hora, preenchendo uma lacuna que existe na literatura nacional das Ciências Sociais sobre as relações entre a mídia e a economia no Brasil, e contribuindo fortemente em uma frente analítica defendida pela sociologia econômica brasileira. Não por acaso, é capitaneada por um dos organizadores do livro.

Maria Chaves Jardim

Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Ciências e Letras.

UNESP Araraquara. E-mail: majardim@fclar.unesp.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BOURDIEU, P. O mercado dos bens simbólicos. In: _____. **A Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

BOURDIEU, P. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil, 2000

CHAMPAGNE, P. **Le journalisme à l'économie**. ARSS, n. 131-132, 2000.

DUVAL, J. **Critique de la raison journalistique**. Paris: Le Seuil, 2004

PEDROSO NETO, A. J. Jornalismo e despolitização. **Revista Observatório**, v. 01 n. 2, 2015b.

PEDROSO NETO, A. J. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros; gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, UFMA, v. 12, 2015a.

SCHUDSON, M. **The power of news**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1995.

APRESENTAÇÃO

Podemos perguntar: qual é o sentido das atividades econômicas? É seguro dizer que as pessoas de modo geral, e as mais envolvidas no comando e na realização de atividades e organizações econômicas de modo particular, em grande medida conhecem a vida econômica e dão sentido a ela a partir da imprensa – rádio, televisão, revistas e jornais impressos e on-line – e de um segmento da imprensa: o jornalismo econômico.

Os jornalistas de economia são aqueles que, em um primeiro momento, observam, se colocam a par. Eles vasculham os processos, os agentes, as instituições das diferentes esferas da vida econômica das sociedades. Tipicamente, essas esferas são a produção, distribuição, consumo e finanças. E, em um segundo momento, reportam parte dos fatos e das possíveis interpretações deles aos seus leitores, ouvintes, telespectadores. Eles produzem notícias, reportagens, colunas, notas, entrevistas, etc. Essas produções são formas autóctones de nomear, classificar e organizar os conteúdos, e as relações dos jornalistas com os conteúdos. E os textos, as matérias, são os produtos simbólicos dos jornalistas.

Esses produtos simbólicos são veiculados em momentos ou espaços também divididos, nomeados e organizados em forma de seções, editoriais, blocos, cadernos. Quando já estão na forma de matérias são constituídos por partes – divididos, nomeados e organizados – como lead, desenvolvimento – “pirâmide invertida” –, citações de “personagens”, “fontes”, “vozes”, contraposições de visões, “dos dois lados”, etc. As divisões, nomeações e organizações não param aí. Se estendem para organizar a prática dos jornalistas no campo, a divisão e a organização do trabalho entre eles, os momentos das carreiras, etc.

Enfim, na construção das matérias, entram em cena algumas estruturas, ou seja, normas, comportamentos, práticas e relações bem compartilhadas e universalizadas entre os profissionais. Duas delas são privilegiadas nesta coletânea de textos e constituem seu núcleo duro: as fontes dos jornalistas e as vozes presentes nas matérias.

Os jornalistas buscam informações e interpretações sobre os acontecimentos da vida econômica junto aos mais diferentes agentes e instituições sociais. E, assim, constroem as matérias e reportam os fenômenos. Nas matérias, citam falas, raciocínios, avaliações, opiniões, dados, etc. desses agentes e instituições e, geralmente, entre aspas. São as vozes presentes em seus textos.

Analiticamente, as relações dos jornalistas com as fontes levam a vários desdobramentos. Eles dependem delas para ter elementos para construir as matérias. Dependem delas para dar legitimidade, autoridade, credibilidade, prestígio e para suscitar o interesse pelo texto e pelo assunto. Eles dão um espaço de fala, de passagem de mensagens, de valores, de crenças e de perspectivas aos diferentes grupos sociais envolvidos nos fenômenos que reportam. Enfim, as relações dos jornalistas com as fontes-vozes existem por interesse, necessidade operacional e crenças e valores dos próprios jornalistas. Existem também porque eles divulgam e controlam a ampla circulação de interesses, valores e necessidades de agentes e instituições sociais diante ou em direção a um amplo número de consumidores que, em grande medida, performam e influenciam performances econômicas.

Todo arrazoado que fizemos até aqui é amplamente estabelecido pela bibliografia pertinente. São pontos pacíficos já postos por pesquisas em diferentes partes do mundo. Nos textos desta coletânea estão as referências bibliográficas clássicas e atuais sobre eles.

As fontes-vozes são estruturais no jornalismo. Os jornalistas têm inúmeras fontes, mas nem todas aparecem nas matérias, geralmente entre aspas, como explicamos. Em maior ou menor medida, há um processo e princípios seletivos. As que aparecem como vozes e, ao mesmo tempo, declaradamente, como fonte – aqui nomeadas fontes-vozes para diferenciar das consultadas, mas não expostas no espaço público –, são mais significativas, são estruturais. Poderíamos responder, em parte, à pergunta inicial desta introdução: os sentidos das atividades econômicas são construídos também por agentes e instituições sociais que subsidiam o trabalho dos jornalistas de economia com informações e ainda com a presença explícita em seus textos, testemunhando, legitimando ou, conforme representações autóctones, tornando objetivo seus trabalhos. Mas, logo em seguida, outras questões seguem; quais, como, por que, etc.? Há algumas que são mais recorrentes e outras menos. Há aquelas que têm mais prestígio, reconhecimento, nas hierarquias sociais e outras que têm menos. Há aquelas que podem render “um furo”, contribuir para se chegar a outras semelhantes e dar bons empuxos na trajetória das carreiras, e outra que nem tanto. E há aquelas que, via o jornalismo, podem significar maior ou menor ascensão moral, direção de performatividade, para os grupos sociais dos quais emanam ou representam, de alguma maneira. Enfim, fontes-vozes são estruturas, não são neutras e são constitutivas das tomadas de posição dos jornalistas sobre o mundo, e, no nosso caso, sobre a economia. Então, nos deparamos com o fato de que as fontes-vozes não são amplamente estudadas. Sabemos pouco sobre elas. Não são bem e amplamente pesquisadas. Temos poucas pesquisas feitas e divulgadas sobre elas.

Os textos desta coletânea caminham para responder essas e outras questões. Resultam das poucas pesquisas já realizadas que trataram de fontes-vozes. A partir de forte base empírica, apresentam fontes-vozes recorrentes. Expõem hierarquias de fontes-vozes em decorrência de serem mais recorrentes ou por pertencerem a regiões do espaço social em função de possuírem mais poder econômico, político, social, cultural e simbólico. Apresentam também possíveis papéis das fontes-vozes, especialmente no sentido de performadoras das dinâmicas, processos, instituições, agentes e práticas econômicas. Todos os autores se debruçaram sobre o jornalismo econômico brasileiro e sobre as relações dos jornalistas com as fontes-vozes.

O primeiro texto é uma espécie de pano de fundo para apresentar uma boa gênese das configurações atuais do jornalismo econômico brasileiro constituída em um momento de amplas mudanças na economia brasileira. Hérica Lene centrou o foco na cobertura dos programas de estabilização da inflação – planos econômicos – de meados de 1980 a meados de 1990, e seus desdobramentos; idas e vindas de inflação galopante, congelamento de preços, fórmulas de conversão monetária, confisco de caderneta de poupança, etc. Nesse período, a economia ampliou sua presença nos jornais. E, igualmente, os economistas como fontes-vozes. O texto faz um histórico da presença dos economistas como fonte de informação e de prestígio para os jornalistas de economia no período da Ditadura Militar e sua intensificação após a redemocratização, especialmente com os planos econômicos. Ela aponta uma nova estrutura que ganha espaço no jornalismo de economia; a financeirização, ou seja, a prática de tratar de assuntos da dimensão financeira da economia, a prática de tratar outras dimensões da sociedade a partir da perspectiva das finanças e a prática de utilizar fontes-vozes do espaço das finanças.

Aponta a recorrência de alguns economistas de muito prestígio, poder simbólico, reconhecimento, dentre outros atributos, por estarem inseridos no primeiro escalão dos postos governamentais e/ou no comando de suas principais instituições. Assinala uma relação que podemos chamar de economia de reciprocidades. Esses economistas, como fontes-vozes, fornecem prestígio aos jornalistas e aos textos e influenciam positivamente suas trajetórias no espaço profissional. Os jornalistas fazem circular pela sociedade, veiculam os valores, as visões de mundo, de economia desses economistas e isso também confere prestígio e capital simbólico e influencia suas trajetórias no campo dos economistas e, principalmente, no das finanças. Vale dizer que pesquisas posteriores levaram adiante esta linha analítica: Puliti (2009), Pedroso Neto e Undurraga (2017, 2020), Veloso (2018), Undurraga e Pedroso Neto (2019).

Enfim, com base em diversos tipos de dados empíricos – pesquisa de doutorado (LENE, 2013), o texto revela e problematiza a relação dos jornalistas de economia como suas fontes-vozes, especialmente em um momento de grades mudanças que terminaram por constituir muito da vida econômica e da imprensa de economia brasileira.

O segundo texto observou a relação dos jornalistas com as fontes-vozes na cobertura de uma das principais instituições do espaço financeiro da economia brasileira; a taxa básica de juros, a Selic. Letícia Fiera analisou 351 matérias do caderno de economia e dos editoriais do jornal impresso Folha de S. Paulo relativas à definição da Selic pelo Conselho de Política Monetária (COPOM) durante 2003, primeiro ano do Governo Lula – tese de doutorado (FIERA, 2018). Ela estava instigada a observar a relação dos jornalistas com suas fontes e os vínculos institucionais dessas fontes.

Através da análise de redes, revelou que agentes e instituições do mundo das finanças – empresas e associações financeiras – predominaram como fonte e foram mais recorrentes. Foram cerca de 40% das fontes observadas. E revelou o grau de centralidade das fontes – número de vezes que uma determinada fonte foi acionada –, que podemos ter como indicação de hierarquia de preferência, de possibilidades à disposição dos jornalistas e de subsídio e legitimidade para o trabalho dos jornalistas. Novamente, ocorreu a predominância das fontes vinculadas às instituições financeiras; cerca de metade das com maior grau de centralidade. Mas sua análise também revelou a centralidade de agentes e instituições do espaço empresarial produtivo. Vale acentuar isso, porque indica algum “grau” autonomia dos jornalistas de economia. Enfim, o texto, com forte base empírica, aponta fortemente a recorrência e a predominância do mundo das finanças subsidiando o trabalho dos jornalistas.

O terceiro texto também aborda a relação dos jornalistas com as fontes-vozes quando cobriram uma trajetória de aumento da taxa Selic. O objeto empírico da pesquisa foram 246 matérias dos cadernos de economia dos quatro principais jornais brasileiros em 2013: Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Valor Econômico e O Globo. Lara Tavares analisou as fontes das matérias, os enquadramentos predominantes sobre os efeitos das variações sobre a economia – positivo, negativo, neutro – e se as matérias comunicavam a alta, a baixa ou outros assuntos sobre a Selic. O texto, com forte base empírica – dissertação de mestrado (TAVARES, 2014) –, aponta fortemente as recorrências e as hierarquias do mundo das finanças subsidiando o trabalho dos jornalistas e suas avaliações. Revela que os jornalistas consultam e dão voz, predominantemente, ao mundo dos rentistas, isto é, a instituições financeiras, a proprietários de ativos financeiros e a uma constelação de profissionais e organizações que existem para administrar e assessorar ambos.

Ela percebeu que os jornalistas não se ocupam somente com informar sobre as variações e demais informações técnicas da Selic. Eles também fazem conjecturas e especulações sobre as possíveis trajetórias da taxa e sobre seus efeitos na economia nacional com base em fontes especializadas. Neste sentido, percebeu que, em um contexto de sucessivas altas da Selic, as matérias reportaram que a variação teve e ou teria valor positivo para a economia e efeitos positivos para o mercado financeiro. Vale dizer, avaliações concatenadas e conformes com as posições defendidas pelas fontes-vozes predominantes.

O quarto texto também aborda a Selic, dentre outros fenômenos. A partir de 230 reportagens – em parte fruto de uma tese (SILVA, 2017) –, Márcio Silva estudou a pressão performativa de economistas e jornalistas sobre os rumos da Selic. Ou seja, pesquisou como são criados os sentidos sobre a Selic. Ele observou uma região de fronteira entre os diretores do Copom e os jornalistas e suas fontes. De certa forma, procurou mapear os sentidos de suas ações e mapeando seus capitais – no sentido de propriedades pertinentes a um campo social –, suas redes de fontes e suas narrativas. Conforme apresenta, as narrativas orbitam as projeções e as pressões sobre o Copom e são feitas também por economistas de bancos e corretoras – economistas de mercado.

O quinto texto analisou a cobertura da desoneração do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI), no bojo de medidas contra a crise financeira mundial de 2007-2009. Vanildo Veloso analisou as vozes presentes em 453 matérias sobre a desoneração do IPI – dissertação (VELOSO, 2018). São matérias dos cadernos de economia dos quatro principais jornais impressos brasileiros. Procurou verificar se houve homogeneidade das vozes nesses jornais e se eles consultaram e deram voz igualmente aos mesmos agentes e instituições. Ele verificou a distribuição das vozes entre os grupos sociais de interesse, isto é, para quais grupos sociais foram dados mais ou menos espaço de fala.

Suas análises revelaram duas direções: por um lado, há pouca homogeneidade entre os jornais, isto é, a hierarquia das vozes mais recorrentes é diferente de um jornal para outro. Por outro lado, nesse espaço há concentração das vozes de poucos grupos sociais de interesse, isto é, do setor empresarial que foi contemplado pela política de desoneração do IPI. Vale dizer que os resultados do autor também indicam certa autonomia dos jornalistas ao revelar heterogeneidade e apontam para a dimensão performativa da imprensa de economia.

O sexto texto trata das vozes nas matérias sobre a reforma da previdência social. Mas trata das matérias do jornalismo econômico on-line, mais pontualmente dos sites de economia e finanças Infomoney, Valor Econômico e Economia Estadão. Rogéria Costa e Romário Nascimento focaram o levantamento de dados na pauta da reforma de janeiro de 2018 dezembro do mesmo ano, ou seja, de um período de campanha para a eleição presidencial. Vale sublinhar que foi numa fase de calor das disputas entre os presidenciais e suas propostas de governo e de pós-eleição.

Os autores analisaram as vozes presentes em 887 publicações dos websites. Com os resultados puderam mostrar que, de modo geral, o protagonismo de fontes do Poder Executivo e do Poder Legislativo. Houve maior concentração e recorrência de vozes do presidente “Michel Temer”, seguida de “Rodrigo Maia”, “Especialistas” e “Parlamentares”. Analisaram também o protagonismo diacrônico. Ele estava com “Michel Temer” no primeiro trimestre do ano e passou para “Bolsonaro Como Presidente Eleito” no último trimestre do ano. Quando Bolsonaro foi mais recorrente, já como eleito, foi seguido de perto por “Especialistas” e “Parlamentares”. Podemos pensar que seus dados indicam certa heteronomia do jornalismo econômico on-line

vis-à-vis à agenda de reforma do Executivo e do Legislativo. Vale apontar que a indicação dessa situação de heteronomia encontra reforço no trabalho de Souza e Pedroso Neto (2019), mas principalmente no de Souza (2019).

Por fim, o sétimo texto dá uma guinada metodológica vis-à-vis aos outros e representa uma contribuição ímpar sobre as relações dos jornalistas de economia – e de outras especialidades – com as fontes no que se refere à produção de conhecimento. O texto de Tomas Undurraga – parte de um projeto de pós-doutorado na University College London – tem por base uma etnografia na redação dos jornais O Globo e Valor Econômico e 95 entrevistas com jornalistas de economia, jornalistas de outras especialidades e intelectuais que contribuem e estão presentes nas mídias: experts. Ele investiu na pesquisa das relações multivalentes que os jornalistas brasileiros têm com a produção de conhecimento.

Inicialmente, apresenta as principais discussões teóricas sobre a produção de conhecimento no jornalismo, assim como um esboço do estado atual do campo do jornalismo brasileiro. Em seguida, explora as entrevistas e os dados etnográficos. Por um lado, identifica quatro características que os jornalistas compartilham como ideal na produção de notícias e que, por conta delas, associam seus trabalhos à produção de conhecimento; profundidade, autoria, influência e expertise. Essas características estão corporificadas, tipicamente, no jornalismo investigativo.

Por outro lado, apresenta as facilidades e, principalmente, as dificuldades que os jornalistas revelam no sentido de realizarem ou não o ideal de produção de notícias e de conhecimento. Abordando brevemente são os limites de tempo, de recursos, a convergência de mídias, as pressões comerciais, a intensificação do trabalho, o imperativo da neutralidade constringendo a autoria, o agendamento da agenda pública pelos jornalistas da elite, a posição mais fraca do ponto de vista epistemológico vis-à-vis aos experts. Enfim, os jornalistas têm uma relação hesitante com a geração de conhecimento dada a referência aos experts que ajuda a obscurecer o valor do conhecimento intermediado que produzem como “especialistas em interação” – as facilidades.

Evidentemente, os textos desta coletânea contêm muito mais que as breves apresentações e comentários que fizemos. Ao terminar de lê-los, o leitor poderá ter duas aberturas cognitivas pelo menos. Uma delas é um leque dos possíveis em relação à bibliografia existente e às fontes presentes no jornalismo de economia brasileiro – frequências e hierarquias. Terá uma visão dos problemas não resolvidos e de novos problemas como a dimensão performativa das fontes e as relações de maior ou menor autonomia dos jornalistas em relação a elas. Por fim, sendo a inovação uma das características constituintes dos caminhos metodológicos e tendo os textos explorado vários desses caminhos, o leitor poderá observar limites e criar novas possibilidades metodológicas.

Outra abertura cognitiva é em relação ao estudo da vida econômica das sociedades. Ao terminar a leitura, o leitor estará no sulco da perspectiva e do programa da sociologia econômica. Trata-se de uma disciplina que estuda os fatos, processos e estruturas da esfera econômica da sociedade a partir dos conceitos e princípios metodológicos das ciências sociais (BOURDIEU, 2020; SWEDBERG, 2003). Pesquisar a imprensa de economia é aprofundar o entendimento das relações dinâmicas e interdependentes entre as dimensões culturais, sociais e econômicas da sociedade. É estar no cerne da *démarche* que define a sociologia econômica: as atividades econômicas estão enraizadas na esfera cultural e social (POLANYI, 1980, 2012). Assim, no âmbito da sociologia econômica, está inscrita a importância de se realizar pesquisas sobre os discursos

econômicos dos jornalistas como normas e conhecimentos que performam a vida econômica em maior ou menor medida. Neste sentido, as pesquisas apresentadas são também do espaço da sociologia econômica da sociedade brasileira.

Os discursos econômicos e os conhecimentos e normas que veiculam constituem-se uma dimensão da vida econômica muito pouco estudada. Há poucas pesquisas, enquanto há muito que se pesquisar como a produção, a veiculação, a recepção, a consagração, os tipos, as formas, etc. E as fontes-vozes. Como os trabalhos desta coletânea assinalaram, a imprensa de economia não consulta e dá voz de modo linear a todos os agentes e instituições envolvidos nos processos econômicos. Logo, o espaço de expressão, divulgação e a legitimidade dos diferentes discursos econômicos não são distribuídos de modo linear. Em certa medida, os diferentes grupos sociais têm poder diferenciado sobre os canais de circulação de ideias, princípios, concepções de mundo e economia e, assim, sobre as configurações presentes e futuras da vida econômica.

Há poucos trabalhos sobre o papel dos discursos econômicos na vida econômica como a coletânea de textos organizada por Temmar, Angermuller e Lebaron (2013). Podemos dizer que, mesmo focando mais atentamente nas fontes-vozes dos jornalistas de economia brasileiros, esta coletânea pode ser colocada ao lado daquela.

José Antônio Pedroso Neto

Doutor em Ciências Sociais, UFSCAR

Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR/UFT) e Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM/UFT)

Romário Rocha do Nascimento

Mestrando do Programa de Comunicação e Sociedade (PPGCom/UFT)

Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

Administrador (UFT) e MBA Executivo em Gestão de Negócios
(Escola de Agricultura – USP)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, P. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil, 2000.

FIERA, Leticia. **Jornalismo econômico e os lobos das finanças Grupo Folha e o Governo Lula**. Florianópolis: Insular, 2018.

LENE, H. **jornalismo de economia no Brasil**. Cruz das Almas, BA: Editora UFRB, 2013.

PEDROSO NETO, A. J. UNDURRAGA, T. (2017). The elective affinity between elite economic journalists and mainstream economists in Brazil. **Journalism Studies**, 19 (15), 2.243–2.263

PEDROSO NETO, A. J. UNDURRAGA, T. Elites do jornalismo econômico brasileiro: gerações, especialização e audiência. In: GRILL, I. G. REIS, E. T. (Org.). **Estudos de elites e formas de dominação**. São Luís, MA.: EDUFMA e OIKOS, 2020, p. 278-296.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PULITI, Paula. A financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002). 314 f. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SILVA, M. R. Banco Central e os sentidos sociais da ação em política monetária: as justificações morais distintas dos usos sociais do dinheiro. **Tese de Doutorado UFSCAR**, p. 611, 2017.

SOUZA, T. S. M. 2019. **O jornalismo econômico e a cobertura da previdência nos anos de discussões das reformas**. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade - PPGCOM) - Universidade Federal do Tocantins.

SOUZA, T. S. M. PEDROSO NETO, A. J. O jornalismo econômico e as vozes que falaram nos jornais nos anos de debate das reformas da previdência. **Revista Observatório**, v. 5, p. 634-667, 2019.

SWEDBERG, R. **Principles of Economic Sociology**. Princeton, EUA: Princeton University Press, 2003.

TAVARES, L. F. S. **Jornalismo Econômico: o posicionamento da mídia de economia no Brasil sobre a Taxa Selic**. Dissertação de Mestrado. Programa de Desenvolvimento Regional. Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO, 2014.

TEMMAR, M. ANGERMULLER, J. LEBARON, F. **Les discours de l'économie**. Paris: Curapp-Ess Editions, 2013.

UNDURRAGA, T. PEDROSO NETO, A. J. Jornalistas da economia e homens das finanças: fascinação, ascendência e ilusão profissional. *Revista Estudos de Sociologia*, v. 24, n. 47. 2019.

VELOSO, V. L. 2018. **Crise econômica e desoneração do IPI nos jornais brasileiros: silêncio dos economistas e quadros performativos**. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade - PPGCOM) - Universidade Federal do Tocantins.

O JORNALISMO DE ECONOMIA NO BRASIL: OS ECONOMISTAS COMO FONTES E OS JORNALISTAS

Hérica Lene

O jornalismo de economia¹ tem uma larga tradição e se consolidou no Brasil ao longo do século XX. Os veículos de comunicação voltados para a indústria, o comércio e os negócios de maneira geral surgiram em todo o país desde meados do século XIX.²

Ao estudar a cobertura desenvolvida pela imprensa brasileira com datação após o que se convencionou chamar de “Nova República”³, em uma ampla pesquisa centrada nos acontecimentos econômicos mais marcantes desse período – os oito pacotes econômicos implementados a partir de 1986⁴ –, a questão das fontes no jornalismo de economia nos chamou a atenção.

Os economistas são as principais fontes de informação e de análise que alimentam permanentemente o jornalismo de economia. Considerando essa assertiva, como se deu a presença desse tipo de fonte na cobertura jornalística dos planos econômicos?

Este capítulo aborda esse aspecto do jornalismo de economia, levando-se em conta um estudo sobre os economistas como atores políticos feito por Maria Rita Loureiro (1997); entrevistas de jornalistas que atuaram nessa cobertura e análise das edições dos jornais Folha de S. Paulo (fundado em 1921) e *O Globo* (de 1925). Esses periódicos se destacaram nos anos 1970, mantiveram essa posição até os dias de hoje, e têm influência política sobre a opinião pública nacional.

A análise se concentrou na cobertura jornalística dos programas de estabilização que se constituíram como fatos/acontecimentos importantes do país – com dimensões econômicas, políticas e sociais – no final do século XX. Nessa época, o Brasil se tornou um laboratório de planos contra a inflação e, por força deles, congelamentos e confiscos entraram no cotidiano dos brasileiros. A economia ganhou espaço como temática jornalística, enquanto se esvaziava a cobertura política e o embate ideológico, e houve um surto inflacionário nessa década – a taxa de inflação no ano de 1980 foi de 110% e chegou ao espantoso percentual anual de 1.783% em 1989.

Este capítulo está organizado em duas partes: uma que aborda o fortalecimento da economia e dos economistas durante o Regime Militar; e uma segunda sobre a atuação dos economistas como fontes de informação jornalística no período pós-redemocratização e no noticiário dos pacotes econômicos.

2 O FORTALECIMENTO DA ECONOMIA E DOS ECONOMISTAS NO REGIME MILITAR

Na trajetória de mudanças ocorridas durante o regime militar, os economistas passaram a ter o papel e o espaço que antes eram dados à política e aos políticos. Por que esse processo ocorreu? Que grupos de pensamento econômico se constituíram no país e de que forma ocuparam o noticiário no final do século XX?

Os militares, em nome da eficiência econômica e da competência técnica, deram aos economistas os cargos de direção nos órgãos públicos, nos quais eles exerceram o poder de definir as políticas públicas e as orientações básicas para o desenvolvimento brasileiro. Eles atuaram praticamente como dirigentes políticos, mas sem as obrigações exigidas de um representante detentor de mandato eleitoral, pois não precisavam prestar contas de seus atos a um partido ou ao eleitorado (ABREU, 2001, p. 2).

Ao estudar como e por que os economistas se tornaram atores políticos importantes para o país, Loureiro (1997) parte do pressuposto que a posição deles como dirigentes políticos no Brasil não é um produto “natural”, decorrente do intervencionismo e da regulação econômica que caracterizam o Estado no período contemporâneo. Mas é resultado de uma combinação complexa de fatores: passa pela estrutura de poder e pelas formas de organização do aparato governamental e inclui os vínculos entre os meios acadêmicos (responsáveis pela formação da elite dirigente) e o governo. “O segmento específico das elites dirigentes no Brasil é aquele que se identifica e se legitima não pela representação partidária e eleitoral e sim pela competência técnico-científica” (LOUREIRO, 1997, p.49).

Vários fatores respondem pelo crescimento da autoridade e da influência dos economistas. Em primeiro lugar, uma espécie de síndrome de crise econômica motivou, desde a depressão dos anos 1930, a ascensão dos economistas, vistos como os portadores de instrumentos capazes de produzir resultados práticos na economia e de elaborar planos para o futuro. Em segundo lugar, o papel central desempenhado pelos problemas econômicos tem convertido em processo contagioso a participação deles no governo. A presença de economistas em um ministério, especialmente naquele mais estrategicamente localizado no centro do processo decisório, garante frequentemente a rápida proliferação desses profissionais por todos os lados. O papel que ocupam no governo tem mais a ver com a necessidade de legitimação política do que propriamente com determinações de eficiência (LOUREIRO, 1997, p. 3-4).

Os economistas têm participado ativamente de órgãos governamentais e influenciado de modo marcante as decisões políticas no Brasil. O processo costuma ser relacionado, com razão, à tendência mais ampla de regulação e intervenção estatal na economia, predominante na maioria dos países capitalistas a partir da II Guerra Mundial. Como, até a depressão dos anos 1930, o Estado não intervinha e apenas garantia a operação do mercado, não existia razão para que interesses privados procurassem controlar o Estado. Quando ocorreu a revolução keynesiana, o Estado adquiriu a capacidade de administrar/intervir na economia e esse processo o tornou potencialmente mais fraco e suscetível às pressões sociais (LOUREIRO, 1997, p.2-6).⁵

5 Keynesianismo é uma modalidade de intervenção do Estado na vida econômica, que prega a adoção, no todo ou em parte, das políticas sugeridas na principal obra de John Maynard Keynes (1883-1946): *A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda* (1936). A busca de Keynes era solucionar o problema do desemprego pela intervenção estatal, desencorajando o entesouramento em proveito das despesas produtivas, por meio

O estudo de Loureiro (1997) mostra que o processo de formação da competência específica do economista e de sua identidade como segmento da elite dirigente no Brasil desenrolou-se não apenas no âmbito acadêmico das escolas de economia. Desenvolveu-se, sobretudo, nos órgãos governamentais e nas instituições de pesquisa aplicada e, ainda, no bojo das lutas político-ideológicas que atravessaram as décadas de 1930 a 1960 no país. A consolidação dos cursos universitários foi longa e difícil e ocorreu nos anos 1970, com os cursos de pós-graduação.

O conhecimento econômico se transformou em recurso político e, em suas dimensões tanto teóricas quanto instrumentais, não é consensual, mas objeto de disputas entre diferentes grupos de economistas. Salienta-se o papel que as agências – como conselhos técnicos do primeiro governo Vargas, as comissões econômicas internacionais, como a Comissão Econômica para a América Latina (Cepal)⁶, os grupos executivos do governo Kubitschek e órgãos como o Departamento Administrativo do Serviço Público (Dasp), o chamado “superministério” (que controlou o orçamento governamental durante todo o Estado Novo), a Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc)⁷ ou o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) desempenharam na formação do campo dos economistas no Brasil. Constituíram, ao longo dos anos 1930-1950, espaço privilegiado de decisão, apropriado pelos técnicos. Também se notabilizaram como escolas práticas de formação econômica e competência prática diferenciada para engenheiros, advogados e outros altos funcionários (LOUREIRO, 1997, p. 24 e 27-28).

Bielchowsky (1988), citado por Loureiro (1997, p.28), ao analisar o pensamento econômico brasileiro no período 1945-1964, indica que o desenvolvimentismo, isto é, “o projeto de superação do subdesenvolvimento através da industrialização integral, por meio do planejamento e do apoio decisivo do Estado”, mobilizou os autores mais importantes do período e produziu cinco diferentes correntes de ideias. A neoliberal, liderada por Eugênio Gudin e Octávio Gouvêa de Bulhões, opunha-se frontalmente aos desenvolvimentistas. A teoria do desenvolvimento tinha três variantes: a do setor privado, representada por Roberto Simonsen; a do setor público não-nacionalista, representada por Roberto Campos; e a do setor público nacionalista, liderada por Celso Furtado. Havia também a corrente socialista, liderada por Ignácio Rangel.

O espaço social dos técnicos-economistas organizou-se, desde seus primórdios, mediante inúmeras disputas: dos técnicos com outros agentes políticos, especialmente parlamentares e representantes patronais; entre diferentes segmentos da burocracia econômica, como as divergências, por exemplo, entre grupos do Banco do Brasil e do Ministério da Fazenda, em torno da criação do Banco Central (BC); e ainda lutas internas entre diferentes grupos de economistas.

Foi durante o regime militar que essa categoria se fortaleceu, inclusive com a melhoria dos cursos de formação específica.⁸ A partir de meados dos anos 1960, a expansão de postos para economistas nos três níveis de governo, sobretudo nas agências de planejamento e de-

da redução da taxa de juros e do incremento dos investimentos públicos (SANDRONI, 2005, p.456-457; ALONSO, 2000, p. 246).

6 Órgão da ONU criado em 1948 e sediado em Santiago do Chile.

7 Órgão criado em 1945, junto com o Banco do Brasil (BB), com atuação importante na área monetária e cambial. Antes da criação do Banco Central (BC), o papel de autoridade monetária era desempenhado pela Sumoc, pelo BB e pelo Tesouro Nacional. O BC, autarquia federal integrante do Sistema Financeiro Nacional, foi criado em 31 de dezembro de 1964, com a promulgação da Lei nº 4.595.

8 Os primeiros cursos superiores de economia no Brasil foram criados nos anos 1940. Antes disso, o ensino dessa área se restringia a algumas poucas disciplinas destinadas à formação de cultura geral nos cursos de direito e engenharia, e ainda a uma das dimensões ou desdobramentos do ensino comercial profissionalizante (LOUREIRO, 1997, p.34-37 e 61-62).

envolvimento econômico, então criadas, tornou mais clara a situação de crise e de deficiência do sistema de ensino acadêmico. Daí surgirem várias propostas de reformulação de cursos e currículos. A Faculdade de Economia da USP, que havia sido criada em 1946, por exemplo, passou por intenso processo de reforma curricular. A partir dos anos 1970, os cursos superiores tornaram-se o principal meio de formação de economistas e de quadros dirigentes para essa área. Concentravam-se nas faculdades de economia e, em particular, nos cursos de pós-graduação (LOUREIRO, 1997, p.62-64).⁹

As disputas entre monetaristas e estruturalistas constituíram um campo de lutas específico dos economistas. Loureiro explica que os monetaristas se organizaram, principalmente, em torno da Fundação Getúlio Vargas (FGV) – instituição criada em 1944, a partir de iniciativa de altos funcionários do primeiro governo Vargas. O objetivo era a formação dos quadros necessários à modernização do Estado. A FGV manteve, assim, desde sua criação, estreita vinculação com o governo. O Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da FGV constituiu durante várias décadas o pólo mais importante de produção do conhecimento e o espaço onde a economia assumiu sua dimensão prática, afirmando-se como requisito básico de competência para a condução de políticas econômicas no país.¹⁰

O grupo “estruturalista” se originou a partir da Cepal, que teve, no Brasil, Celso Furtado como principal representante. Nos anos 1950, houve discordâncias entre o grupo da Cepal e da FGV. O pessoal da FGV já estava constituído (teoricamente identificado com orientações neo-clássicas) e havia se consolidado ao longo de um trabalho de vários anos, efetuado nas escolas de economia e no Ibre. Esse grupo assentava sua visibilidade não só na publicação de revistas especializadas, mas também em matérias veiculadas por jornais e revistas. Já os membros da Cepal participavam de uma instituição nova, que pretendia afirmar sua identidade latino-americana e marcar sua posição de autonomia frente aos Estados Unidos. Eram, em geral, jovens saídos das escolas de direito, economia ou ciências sociais de diversos países da América Latina, alguns com estudos em instituições norte-americanas.

9 Jovens de extração social mais elevada começaram a cursar graduação em economia nessa época. Isso se deveu a mudanças que reforçaram a identidade social do economista e deram maior prestígio à profissão. As primeiras gerações desses profissionais eram formadas predominantemente por engenheiros ou advogados, que, interessados em assuntos econômicos por força da sua prática profissional, estudaram ciência econômica, seja como autodidatas (Eugênio Gudín e Roberto Simonsen), seja em cursos de especialização ou pós-graduação no exterior (Bulhões, Roberto Campos e Celso Furtado). Muitas e novas categorias profissionais – administradores, publicitários, arquitetos, psicólogos – surgiram ou se desenvolveram a partir dos anos 1960, graças à expansão e à diversificação do ensino superior e à ampla modernização da sociedade brasileira no período. Mas os economistas estão entre os que se beneficiaram com as transformações no sistema político e no aparato governamental, derivadas do Golpe Militar de 1964, em termos de expansão do mercado de trabalho e de elevação do prestígio profissional. Com a reforma educacional do governo militar, em 1968, o sistema de ensino superior no Brasil sofreu modificações substanciais. Além da criação de novos cursos, os contingentes educacionais cresceram enormemente. Na área específica das ciências econômicas, em 1968, havia 84 escolas e cerca de 17 mil alunos matriculados em cursos de graduação no Brasil. Em 1980, o número de escolas subiu para 129 e as matrículas ultrapassaram 62 mil, segundo estatísticas do Ministério da Educação (LOUREIRO, 1997, p.62-64).

10 Cabe destaque para o trabalho de elaboração das contas nacionais e para elaboração de índices de preços, trabalho inédito e pioneiro que permitiu, por exemplo, o estabelecimento, anos mais tarde, do mecanismo de correção monetária. O grupo que construiu o Ibre formou-se ao longo de vários anos, com extensa rede de relações nos órgãos governamentais, nas instituições de ensino e nos meios empresariais. Gudín e Bulhões criaram o Ibre e o dirigiram por décadas (LOUREIRO, 1997, p.38-43).

Foi no bojo dos debates que o grupo cepalino denominou “monetaristas”¹¹ os membros da FGV, na medida em que privilegiavam os fatores monetários na análise das causas da inflação, e chamaram a si próprios de “estruturalistas”, porque procuravam apreender os determinantes estruturais do processo inflacionário. Diferentemente dos monetaristas, os membros desse grupo tinham vínculos menos orgânicos e institucionalizados (LOUREIRO, 1997, p.45-46).¹²

A instalação dos programas de pós-graduação, a expansão dos cursos de economia e do número de alunos, o crescimento da produção acadêmica, o desenvolvimento de um quadro institucional de pesquisa e, inclusive, a criação de novas revistas especializadas são componentes de um mesmo e mais amplo processo, que se pode definir como modernização (internacionalização ou “americanização”) da ciência econômica no Brasil.

Os dados indicam que, apesar das transformações ocorridas nas últimas décadas no campo dos economistas e também da modernização da ciência econômica no Brasil, antigas oposições (estruturalistas versus monetaristas ou ortodoxos versus heterodoxos), que organizavam o espaço social nos anos 1950-1960, ainda permanecem. Observa-se que a internacionalização da ciência econômica teve como impacto profissional mais significativo o reforço da polarização já existente nos meios acadêmicos de formação dos economistas brasileiros. Conseqüentemente, gerou diferenças importantes nas práticas e estratégias profissionais (LOUREIRO, 1997, p.70).

De um lado, encontra-se a Escola de Pós-Graduação em Economia (EPGE) da FGV que, continuando a seguir as mesmas orientações básicas da FGV, é considerada, mesmo hoje, a versão monetarista mais ortodoxa. Seus membros valorizam muito a modelização matemática e o instrumental econométrico. No mesmo lado, está a PUC-Rio, constituída por antigos alunos e professores dissidentes da EPGE e por egressos de outras universidades (UFRJ e UnB). Dando grande ênfase à modelização matemática, conforme já mencionado, esses dois centros constituem o pólo mais internacionalizado, isto é, mais integrado ao *mainstream* atual. Basta observar que 80% dos professores da EPGE e 82% dos da PUC se formaram nos Estados Unidos. Esse pólo pode ser denominado “privatista” por serem instituições privadas, valorizarem teoricamente o papel do mercado no sistema econômico e estabelecerem laços estreitos com empresas privadas, particularmente bancos, onde seus representantes prestam consultoria (LOUREIRO, 1997, p.70-76).

Do outro lado, os cursos da Unicamp e da UFRJ, criados por ex-discípulos da Cepal, permaneceram ligados àquelas questões definidas como estruturais. Seus estudos são desenvolvidos em linguagem pouco formalizada matematicamente e valorizam a abordagem histórica e sociopolítica dos processos econômicos. Esse pólo menos internacionalizado pode ser definido

11 Monetarismo é a escola econômica que sustenta a possibilidade de manter a estabilidade de uma economia capitalista recorrendo-se apenas a medidas monetárias, baseadas nas forças espontâneas do mercado e destinadas a controlar o volume de moedas e de outros meios de pagamento no mercado financeiro. Para tanto, sugerem-se inúmeras políticas. Por exemplo, o governo pode comprar ou vender letras de câmbio oficiais, diminuindo ou aumentando o volume de crédito no mercado financeiro. Pode aumentar ou diminuir a taxa de juros cobrada pelos bancos oficiais para empréstimos aos bancos privados, que os repassam ao setor particular, e a parcela dos depósitos que os bancos privados são obrigados a manter sob guarda do Banco Central. O norte-americano Milton Friedman, expoente da Escola de Chicago, é visto como o principal teórico dessa escola (SANDRONI, 2005, p.572).

12 Os principais membros da Cepal eram filhos de famílias da elite nordestina que migraram para o Rio de Janeiro, nos anos 1930 e 1940 em busca de novas oportunidades de carreira, concretizadas em órgãos do governo. A maioria era formada em direito ou em outros estudos humanísticos (como sociologia) e não teve formação regular em economia, à exceção de Celso Furtado, que frequentou curso de economia política na França e na Inglaterra, nos anos 1940 e 1950, depois de se formar em direito no Rio (LOUREIRO, 1997, p.45-47).

como “estatista”, porque seus membros, além de trabalharem em universidades públicas e desenvolverem outras atividades profissionais – em geral, em agências governamentais e empresas públicas –, enfatizam, em seus trabalhos, os aspectos políticos da economia e, sobretudo, são mais críticos quanto às orientações neoliberais, que acreditam na eficiência do mercado para a alocação dos recursos e a distribuição da riqueza (LOUREIRO, 1997, p.77).

Finalmente, entre os dois extremos, encontra-se o curso de pós-graduação da USP, que é maior em número de professores. A Faculdade de Economia da USP (FEA/USP) representa o pólo intermediário, porque se manifesta também em orientações teóricas mais pluralistas e em práticas de consultoria mais heterogêneas por parte de seus membros, tanto no setor financeiro quanto em indústrias, organismos sindicais e agências públicas.

A participação dos economistas no governo cresceu enormemente a partir do regime militar. A intensificação da centralização política, a hipertrofia do Poder Executivo e de seus braços de controle econômico e, ainda, a necessidade de legitimação do autoritarismo por meio da eficiência econômica fizeram aumentar o número de postos de governo praticamente monopolizados por eles. A partir de 1964, dez entre 18 ministros da Fazenda eram economistas; desde 1963, quando foi criada a Secretaria (ou Ministério) do Planejamento, seis entre sete ministros também o eram (LOUREIRO, 1997, p.84).

Afora os cargos correspondentes em nível estadual e municipal (secretários estaduais da Fazenda e do Planejamento), podem-se aduzir muitos outros que costumam ser monopolizados por economistas. Estão, nesse caso, os de secretário-geral (vice-ministro), os de assessores e secretários especiais daqueles e de outros ministérios, os de presidente e diretores do BC e do BNDES. E, ainda, a direção de órgãos como o IBGE e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

Deve-se ressaltar que a “cultura” de valorização da economia e dos economistas, no país, consolidada durante a ditadura, acabou se estendendo também aos jornais – bem como ao jornalismo e aos jornalistas dessa área. Os repórteres dessa editoria desfrutavam de grande prestígio nas redações e o noticiário econômico permaneceu ocupando importantes espaços na imprensa, inclusive com aumento do número de páginas dos cadernos dedicados aos temas desse campo (ABREU, 2003, p. 64).¹³

Para os militares, as editorias de economia representavam um espaço de menor risco porque as informações eram basicamente sobre o setor público, e os dados e índices eram oficiais, fornecidos pelo BNDES, pelo Conselho Monetário Nacional, pela Associação Comercial, pelas Federações das Indústrias, e, fundamentalmente, pelo Ministério da Fazenda (ABREU, 2001, p. 3).

Esse jornalismo acabou sendo utilizado como instrumento de divulgação da política econômica do regime militar, que buscava se legitimar, diante dos governados, pela racionalidade da administração econômica – no governo Castelo Branco (gestão dos ministros Roberto Campos e Octávio Gouvêa de Bulhões) – e pela eficácia da economia e pelo desenvolvimento

13 Pesquisas por amostragem demonstram que, entre 1968 e 1988, o espaço dedicado à economia pelos três principais jornais de São Paulo cresceu continuamente de 1,5 página diária em média para 6,5 páginas, à custa das demais áreas de cobertura. Um quinto das manchetes foi dedicado aos assuntos econômicos e os nomes dos ministros de economia tornaram-se mais populares e mais citados do que os dos presidentes (KUCINSKI, 2000, p. 16). Abreu (2003, p. 26), citando uma pesquisa realizada por Scavone, Belloni & Garbayo (1975), afirma que houve diminuição relativa das notícias de política nacional em benefício das notícias internacionais e econômicas, verificadas por meio de análise de conteúdo das matérias divulgadas na primeira página de dois jornais – o *Jornal do Brasil* e *Última Hora* – no período 1960-1971.

– durante os governos dos generais Arthur da Costa e Silva e Emílio Garrastazu Médici (gestão do ministro Delfim Netto).

Era importante que a imprensa divulgasse conquistas e avanços, já que a economia se tornara a moeda de legitimação de um regime sem legitimidade política. Não foi por acaso que, nos anos 1970, os jornais de maior prestígio e circulação no país criaram ou consolidaram suas editorias dedicadas a essa área (ABREU, 2003, p.25).

A modernização dos meios de comunicação foi, para os militares, parte de uma estratégia política ligada à ideologia de segurança nacional. A implantação de um sistema de informação capaz de “integrar” o país compunha um projeto em que o Estado era entendido como o centro irradiador de todas as atividades fundamentais no campo político. Para concretização desse projeto, eles estimularam a formação de grandes redes, o que exigiu grandes investimentos. Foi nesse período que surgiram os oligopólios da informação, formados com recursos obtidos junto ao governo. Nos anos do regime militar, a imprensa, o rádio e televisão já dependiam fundamentalmente da publicidade para sobreviver e os maiores anunciantes eram as empresas estatais e instituições governamentais (ABREU, 2003, p.23).

3 OS ECONOMISTAS NO NOTICIÁRIO

Os economistas são as principais fontes de informação e de análise que alimentam permanentemente o jornalismo de economia. Verifica-se, ao longo da cobertura analisada, que eles vão desempenhar um papel específico entre todas as fontes ouvidas pelos jornais.

A análise das edições da Folha de S. Paulo e de O Globo dos meses de lançamento do Plano Real – e dos outros sete pacotes que o antecederam – indica como um traço do jornalismo dessa área no país o fato de os economistas que compõem a elite dirigente do Brasil serem fontes privilegiadas a serem ouvidas constantemente pela imprensa. A equipe econômica do governo foi fonte obrigatória das notícias e reportagens sobre os planos por concentrar o centro decisório sobre essa esfera no país.

Por um lado, a equipe econômica é fraca politicamente, por não ter mandato eleitoral, nem tampouco ser constituída de funcionários, garantidos em seus cargos por normas institucionalizadas de recrutamento e carreira. Portanto, depende do apoio pessoal do presidente da República. Por outro lado, enquanto grupo de técnicos competentes, é importante instrumento de sustentação política do próprio presidente. Como se sabe, conforme ressalta Loureiro (1997, p. 116), o bom desempenho econômico e a consolidação do programa de estabilização são elementos centrais do sucesso político do governo. Nesses aspectos estiveram concentrados os principais trunfos do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, que lhe garantiram a eleição em 1994 e a reeleição em 1998, como ocorreu na Argentina de Carlos Menem.

Em seu estudo sobre os economistas como atores políticos importantes para o país, Loureiro identifica dois principais perfis de carreira seguidos por esses profissionais no governo. O primeiro é a carreira de funcionário-economista, seguida por profissionais que se diplomaram em ciências econômicas. A variante mais recente é a dos jovens economistas que ingressam (por concurso ou contratação direta) em órgãos governamentais de gestão econômica onde desem-

penharam sua atividade profissional mais importante. A maioria dos economistas que trilha esse tipo de carreira permanece nos escalões intermediários dos organismos governamentais.

Variante mais antiga desse tipo de carreira, como nas primeiras gerações, é a do funcionário com origem social mais modesta, que cursou graduação em Economia ou Contabilidade, geralmente em escolas noturnas e de menor prestígio, de entremeio a uma metódica e longa carreira em órgãos burocráticos públicos. Partindo de cargos subalternos, alguns até puderam chegar a ministro da Fazenda ou do Planejamento; mas, quando isso se deu, foi geralmente como compensação por fortes vínculos de trabalho e lealdade estabelecidos com figuras de elite.¹⁴

O segundo tipo de carreira é o do economista-dirigente político – objeto central da análise de Loureiro. É a carreira do *scholar* ou acadêmico, recrutado no meio universitário, especialmente de São Paulo e Rio. São, em geral, professores “brilhantes”, que se fizeram conhecer no meio empresarial por meio de consultoria. Foi o caso de Delfim Netto, no início dos anos 1960, ou Mário Henrique Simonsen, nos anos 1970.

Durante a abertura democrática, jovens economistas acadêmicos tornaram-se atores importantes também nos meios políticos de oposição ao governo militar. E o fizeram participando de debates na TV, em artigos na imprensa e mesmo em fóruns empresariais, como os promovidos pelo jornal *Gazeta Mercantil*¹⁵, no início dos anos 1980. Muitos desenvolveram, em universidades norte-americanas, teses relativas às questões atuais da agenda política, como aconteceu com os teóricos da inflação inercial e das políticas heterodoxas de estabilização econômica. Para um economista acadêmico, ser convidado a participar do governo é expressão do reconhecimento de sua competência técnica.

As relações diferenciais vividas pelos economistas com o governo respondem por comportamentos que merecem atenção: quando assumem postos no governo, os *scholars* ali chegam para pôr em prática modelos elaborados no meio acadêmico e estão imbuídos da missão de “resolver” os problemas econômicos. Menos comprometidos com a máquina governamental ou com uma carreira a nela construir, e mais envolvidos com projetos de mudança de uma ordem econômica que em geral criticam, os acadêmicos frequentemente entram em choque com os demais atores políticos, quando a racionalidade técnica esbarra na racionalidade política (LOUREIRO, 1997, p. 89-90).

Após uma passagem, mais ou menos longa, por cargos no governo, a maioria dos acadêmicos não retorna à universidade, no sentido de vê-la como seu espaço de ação profissional mais importante. Eles preferem seguir carreira no setor privado, abrindo empresas de consultoria, nas quais têm oportunidade de rentabilizar os “capitais” de informação e de conhecimento acumulados durante sua experiência em organismos governamentais. A consultoria de monitoramento da conjuntura econômica cresceu enormemente no Brasil nas últimas décadas.

São três critérios mais importantes que determinam, em geral, o prestígio dos consultores e seu nível de remuneração ou a demanda pelos serviços de suas empresas, apontados no estudo.

14 Um exemplo foi Ernane Galvêas, ex-funcionário do Banco do Brasil, que galgou postos diversos na hierarquia das agências de gestão econômica até chegar ao posto de ministro da Fazenda no governo Figueiredo, desenvolvendo vínculos de lealdade com o grupo Eugênio Gudin e Octavio Gouvêa de Bulhões, posteriormente transferidos para o ministro Delfim Netto (LOUREIRO, 1997, p.86).

15 A *Gazeta Mercantil* foi um dos mais importantes jornais dedicados à cobertura de economia do Brasil. Surgiu em São Paulo, em 1920, a partir de um pequeno boletim em tamanho ofício. Circulou até o dia 1º de junho de 2009, quase 90 anos depois de sua fundação (LENE, 2012; 2004).

O primeiro é a relevância dos postos que tenham ocupado no governo. O segundo é a visibilidade na imprensa com a participação regular nos principais jornais de São Paulo e Rio de Janeiro, inclusive com colunas nas principais revistas especializadas; as empresas de consultoria, por sua vez, constroem sua visibilidade na imprensa não só por meio da publicação de artigos de seus principais sócios, mas também pela contratação de empresas de publicidade, que se encarregam de produzir inserção na imprensa (divulgação de notas, resultados de pesquisas efetuadas pelos clientes, etc.). E, por último, tem-se a universidade de origem do consultor e seu prestígio acadêmico.

Em suma, universidade, governo e consultoria privada são momentos distintos, mas intrinsecamente relacionados; eles desvendam a rede de espaços sociais por onde circula e se legitima esse segmento específico das elites dirigentes no Brasil. Delfim Netto e Mário Henrique Simonsen são casos exemplares desse perfil de carreira, surgido na segunda metade dos anos 1960 (LOUREIRO, 1997, p.91).

Entendendo a complexidade dos problemas de desenvolvimento, de regulação econômica, de estabilidade monetária, etc., como complexidade técnica (isto é, como atributo de certos indivíduos ou grupos que detêm a competência, ou o monopólio exclusivo, de falar e decidir acerca de uma área específica) e não como complexidade política (isto é, como assunto aberto à competição de todos os grupos organizados na sociedade), os economistas acabaram reforçando, de forma não necessariamente consciente, o processo de reprodução das relações não democráticas que pautaram a atuação das elites políticas brasileiras.

Independentemente de suas orientações teóricas ou ideológicas, todos eles contribuíram, devido aos padrões estabelecidos de acesso ao poder e de gestão de políticas econômicas, para o reforço do centralismo decisório. Além disso, contribuíram também para o desenvolvimento de práticas neopatrimonialistas, ao transformarem sua passagem pelo governo em um “capital” de conhecimento e informações (sobre a máquina governamental, o sistema decisório e os recursos públicos disponíveis) passível de ser rentabilizado no mercado. As inúmeras firmas de consultoria de ex-ministros ou ex-dirigentes de agências econômicas governamentais são reveladoras dessa situação (LOUREIRO, 1997, p.98).

O acirramento do processo inflacionário foi um alibi importante para que as decisões econômicas não fossem discutidas e negociadas de forma aberta e ampla, envolvendo uma pluralidade de grupos organizados na arena política. Com a justificativa, teoricamente construída, de que os agentes econômicos agem estrategicamente, antecipando medidas e neutralizando os resultados das políticas governamentais, quando conhecem previamente seus conteúdos, as decisões acabam sendo tomadas por um grupo mínimo de indivíduos. São eles que detêm com exclusividade as informações mais importantes, como se fossem segredos de guerra. Quanto mais elevadas eram as taxas de inflação, melhor se configurava uma situação de ameaça e mais se esperava decisões drásticas dos governantes. Isto é, choques ou “poções mágicas”, elaborados por mentes poderosas capazes de resolver definitivamente o “problema” da nação.

O mesmo clima fez com que se sentissem legitimados para isso. Aliás, a atitude de “salvadores da pátria” assumida por alguns economistas juntamente com os presidentes que os sustentaram politicamente, em especial nas experiências consideradas de choques heterodoxos¹⁶,

16 Política econômica de combate à inflação que consiste em aplicar o congelamento de preços em todos os níveis durante um período determinado de tempo e liberar as políticas monetária e fiscal (SANDRONI, 2005, p.140).

de um lado exprime uma visão autoritária do poder, implícita na crença na capacidade transformadora do saber técnico e em sua superioridade em relação à racionalidade política. De outro, é sintoma, mesmo que paradoxal, da situação de ingovernabilidade ou paralisia decisória que caracterizou o Estado no Brasil nas últimas décadas do século XX. Quanto menor é a capacidade governativa, mais se recorre a soluções mágicas ou não-políticas. Um dos fatores decisivos para o lançamento do Plano Cruzado foi a percepção por parte do governo de seu enfraquecimento político e de que a aliança política que o sustentava estava se esfacelando (LOUREIRO, 1997, p.99).

Os economistas que compõem a elite dirigente do país foram, ao longo dos planos econômicos – e ainda o são –, as principais fontes que alimentam o noticiário das editoriais da área, que passam as informações sobre as medidas do governo, que traduzem os fatos para jornalistas e público leigo.

O jornalista Luís Nassif¹⁷, que começou a atuar como repórter de economia em 1974, afirmou, ao ser entrevistado para a pesquisa em 2007, que a imprensa foi partícipe em reforçar uma espécie de endeusamento dos economistas a partir da sucessão de pacotes e, principalmente, com o Plano Real:

Os planos econômicos, o Cruzado e os demais, permitiam muito jornalismo de serviços, porque você tinha de saber como se converte o contrato tal, como se convertem os salários. Esse foi um período bom para mim, profissionalmente, porque eu dominava a matemática financeira dos planos. Mas aí, quando você começa a se aprofundar e entender mais de economia, você vê que esses planos foram um engodo, para garantir governabilidade a um governo sem legitimação que era o Sarney. E daí, você tem um problema bem sério, que acaba influenciando nos anos 1990, que é o endeusamento desses economistas de pacote. Nos anos 1990, quando a economia começa a se internacionalizar, é o pessoal que se associa a bancos que vai dispor de mandar no Plano Real. E o que você aprende com esses planos econômicos? Em cada plano econômico o país fechava os olhos para toda a sorte de abusos. Você tinha essa questão do “interesse nacional” e os planos econômicos permitiam grandes ganhos, porque, quando você definia as regras do jogo, os contratos, especialmente em mercado, você permitia grandes ganhos ou grandes perdas para grupos. Então, nos anos 1990, vem a internacionalização do grande capital brasileiro, que passa a ir para o exterior e voltar na forma de investimento externo. Então, quando vem o Plano Real, e os economistas tomam o controle, porque Fernando Henrique tinha saído para se candidatar, Ricupero estava chegando, tem uma manipulação do câmbio lá visando o jogo de mercado, entre os comprados e vendidos do mercado de câmbio. Todo o endeusamento desses economistas, desde o Cruzado, acabou desarmando a opinião pública sobre fazer uma fiscalização sobre o que eles aprontaram em 1994.

17 Entrevista concedida à autora, na *Agência Dinheiro Vivo*, em São Paulo, em 26 de março de 2007. Nesse mesmo ano, foram entrevistados também os jornalistas Joelmir Beting e Miriam Leitão. Em nossa pesquisa, os consideramos “jornalistas-personalidades”, ou de referência, que atuaram na imprensa brasileira, durante o período estudado, nos principais meios de comunicação do país e em diferentes veículos (jornal impresso, rádio e televisão).

O jornalista criticou que os economistas colocaram no plano uma armadilha cambial, para jogar a favor deles sem uma justificativa técnica e falou sobre a importância do jornalismo de economia para a sustentação do modelo:

A imprensa estava desarmada e precisava acreditar. Quem mostrasse os abusos era apontado como articulado com o atraso. Essa subordinação cega a essa visão financeira da economia começa definitivamente em 1994. E o jornalismo econômico sai daquela visão de reserva de mercado, defesa da lei de informática, e parte para o lado oposto, onde há a questão da financeirização, de clichês, que mata toda a cobertura dos anos 1990. Então, esse pessoal de mercado passa a definir o que era bom para eles e o jornalismo financeiro não tem como sair. E estamos há 12 anos dando sobrevida a esse modelo e a garantia a isso foi basicamente o jornalismo econômico.

Nassif tem uma posição bastante crítica com relação à atuação de alguns economistas que ajudaram a formular o Plano Real e teriam se beneficiado com as regras criadas. Ele disse que, ao longo dos preparativos para o pacote, houve muitas discussões, mas não uma explicitação de como seriam as políticas monetária e cambial depois de lançada a nova moeda:

Desde o início, André Lara Resende era defensor intransigente da remonetização com poupança externa. Na gestão de FHC na Fazenda, André concordou em completar o processo de renegociação da dívida externa. Ali, ampliou contatos com banqueiros internacionais. Com a rede de contatos externos ampliada por sua posição de negociador da dívida, saiu do governo para operar no mercado. Mas continuou tendo participação ativa nas formulações econômicas, em um caso flagrante de *insider information*. Aliás, era mais do que o *insider*. Era o economista com dupla militância, ajudando a definir as regras do Real e, depois, operando no mercado em cima dessas mesmas regras. Os economistas do Real haviam sido economistas do Cruzado. Lá, aprenderam duas características desses planos. Uma, as possibilidades que se abriam nos mercados de derivativos, devido à falta de clareza sobre os próximos passos dos mercados. Quem está no governo tem o controle do processo, porque cabe a ele definir as regras do jogo e prever suas consequências. Além disso, há uma dupla blindagem para suas ações: aquela decorrente do clima cívico que se seguia a qualquer plano de estabilização, e o desconhecimento da opinião pública em geral sobre as complexidades dos mercados de derivativos (NASSIF, 2007, p.187-188).

O foco do jornalismo de economia que Nassif apregoa teria de ser a defesa dos valores que ajudem o país a se desenvolver. Os jornais e os jornalistas, de maneira geral, e, principalmente, os especializados em economia têm de explicar criticamente, questionar as afirmações econômicas, conferir o que é consistente e denunciar a burla e a farsa e não apenas reproduzir o que as fontes dizem.

Nassif critica a imprensa, porque os jornais e os jornalistas desenvolvem as coberturas no que chama de “efeito manada”:

A cobertura continua seguindo o “efeito manada”. Ocorre quando você tem temas complexos, e o jornalista não quer correr risco, e o modo de produção jornalística é anacrônico. Hoje, o país é muito mais complexo do que o país dos

anos 1970, e o modo de produção da notícia é o mesmo. O pauteiro pela manhã faz a pauta, passa para o repórter que está em começo de carreira, porque não tem o repórter que faz carreira como repórter como devia ter. Ele sai e vai buscar as mesmas fontes que vêm com as mesmas análises. Esse “efeito manada”, na medida em que o Brasil foi se sofisticando, se tornou mais forte ainda. Nos anos 1990, você tinha uma economia sofisticada. Antes, você cobria como? Tinha setorista na Fiesp, um na Febraban, um no Ministério da Fazenda, um no Banco Central. O país se sofisticou tremendamente, mas o modo de produção continua o mesmo. E você tem o advento dessa financeirização da economia e isso muda bastante coisa e você passa a ter o “efeito manada” de forma total. (...) A imprensa moderna tem que buscar um leque amplo de público e, para isso, você tem de fazer mediação. Quando todo mundo vai na mesma direção, quando todo mundo começa a falar a mesma coisa, qual a força dos jornais? Cria jurisprudência jornalística, cada fato tem uma cobertura igual em todos os jornais. Isso não é jornalismo!

No caso da cobertura dos oito planos econômicos, observamos que alguns grupos de economistas permaneceram sendo ouvidos constantemente, pelos jornais, como fontes-chaves especializadas, ao longo das últimas décadas do século XX. A maior parte dos profissionais da área que apareciam no noticiário estava sempre no centro decisório, como ministros, secretários e assessores ou consultores especiais do Ministério da Fazenda, presidindo o Banco Central ou outros órgãos governamentais. E, quando deixavam os cargos no governo para ocupar outras posições de destaque no campo econômico, voltavam a ser ouvidos, como fontes identificadas como ex-ocupantes desses cargos importantes no governo.

As notícias e reportagens não apresentavam uma grande diversidade de fontes da área econômica ouvidas pelos jornalistas. E, quase sempre, elas não contextualizavam a trajetória dessas fontes principais, constantemente ouvidas, e a que grupos de pensamento econômico estavam ligadas. Isso mostra uma baixa capacidade da imprensa de diversificar suas fontes no campo econômico.

Alguns profissionais se tornaram referências do pensamento econômico do país na segunda metade do século XX, como Octávio Gouveia Bulhões, Roberto Campos, Mário Henrique Simonsen e Delfim Netto¹⁸. A partir dos anos 1980, predominaram no noticiário os grupos das duas escolas principais desse pensamento. À direita, o grupo de economistas monetaristas discípulos de Roberto Campos e de Mário Henrique Simonsen, reunidos em torno da FGV, no Rio de Janeiro. E os ligados à PUC-Rio: Francisco Lopes, Edmar Bacha, Pedro Malan, Pêrsio Arida e André Lara. À esquerda, os herdeiros da tradição estruturalista de Celso Furtado: Luiz Gonzaga Beluzzo, João Manuel Cardoso de Mello e Maria da Conceição Tavares. São esses nomes, principalmente, que vão frequentar o noticiário no período analisado na pesquisa.

Assim, a análise da cobertura jornalística dos planos nos permite inferir que os economistas são agentes que foram legitimados pelos jornais e pelos jornalistas de economia – por meio de espaço para a publicação de artigos deles e de sua atuação como fontes fundamentais para diversas notícias e reportagens sobre a economia do país. Eles foram popularizados pelos jornalistas de economia, uma vez que frequentaram o noticiário dando entrevistas. Mas foram

18 Esses economistas de referência só deixam o noticiário quando morrem. Foi o caso de Simonsen, que apareceu como fonte na cobertura jornalística de todos os planos econômicos analisados na pesquisa até sua morte em 1997.

legitimados e, ao mesmo tempo, ajudaram a legitimar os jornalistas e o jornalismo de economia, dando-lhes distinção com relação aos outros jornalistas e editorias, à medida que permitiam que desenvolvessem um papel de intermediários entre eles, com seu saber técnico, e o público-leigo, com o conhecimento do senso comum. E o fizeram quando lhes forneceram informações para que pudessem traduzi-las em narrativas jornalísticas.

Ao recorrer primordialmente às fontes que compõem a equipe do governo, o jornalismo de economia brasileiro demonstra depender, principalmente, das fontes oficiais. Esse tipo de fontes – graduadas ou mais qualificadas – são consideradas mais seguras que outras pelos jornalistas, porque tendem a gerar, no leitor, uma sensação de credibilidade. Herbert Gans (1979, p.116-146), ao discutir a relação entre as fontes e os jornalistas, diz que esses profissionais tendem a selecionar suas fontes de informação a partir de uma relação caracterizada principalmente por: conveniência passada (se elas forneceram anteriormente informações que resultaram em reportagens adequadas); produtividade (capacidade de fornecer bastante informação sem desperdício de tempo e de trabalho); confiabilidade; veracidade; autoridade (fontes que ocupam posições oficiais de autoridade e de responsabilidade); e articulação (capacidade de expressar sua ideia de modo conciso).

O jornalista Joelmir Beting¹⁹, que começou a trabalhar com jornalismo de economia em 1962, falou sobre essa questão das fontes ao ser entrevistado em 2007:

Aí, o problema é o seguinte: 70% das fontes são geradas no mundo inteiro pelas políticas públicas. A política econômica não é da sociedade, a política econômica é do governo. Então, você tem de trabalhar com o governo, as fontes estão lá dentro. Do lado de fora também tem outro universo, que é o mundo corporativo, do trabalho. (...) A informação econômica é basicamente gerada pelas políticas públicas. Nós somos os pacientes dessas políticas. Então, você vai procurar os pacientes para ver como eles estão encarando isso, vivendo com isso, sobrevivendo, contornando tudo isso, superando ou não tudo isso. A fonte básica é a área pública. Agora, a relação que você tem com a área pública é que pode variar de acordo com o jornal, de acordo com o jornalista.

O trato e o relacionamento dos jornalistas com essas fontes da área pública é que pode se tornar um problema de ética, na avaliação feita por Beting:

Do ponto de vista ético, aí vale para o jornalismo como um todo, é que você tem uma ética de jornalismo que não é a ética do jornal, e você tem uma ética de jornal que não é a ética do jornalista e uma ética de jornalista que não é a ética do jornalismo. A ética do jornal é a mais porosa de todas. Muda de acordo com o dono do jornal. Mudou o dono, muda a ética do jornal. Mudou o governo, também muda a ética do jornal. Mudou o partido, muda a ética do jornal em relação ao poder e ao partido. Quer dizer: tem gente que faz até jornalismo com base na religião. Então, existe a ética de jornal que é muito mais estética do que ética. Existe um conceito genérico, que é a ética do jornalismo, que se resume em dizer a verdade, nada mais que a verdade. Agora, a ética do jornalista é a de trabalhar dentro desse universo, sob pressão de todo tipo, procurando fazer a triagem de todas as versões que você encontra e de todas as situações, até de

19 Entrevista concedida à autora, na *Rádio Bandeirantes*, em São Paulo, em 26 de março de 2007. Beting faleceu no dia 29 de novembro de 2012, aos 75 anos e mais de 50 anos de carreira.

conflitos de interesse que você tem de administrar. Você tem de trabalhar com esse tampão da ética da sua empresa. Não é a ética da sua profissão. É a ética da sua empresa. Você tem que acomodar a ética da sua profissão dentro desse processo. Alguns conseguem, com luz própria, mas adquirida, sobrevoar esse problema, outros não vão conseguir nunca sair dessa. A maioria não consegue, porque não tem condição política de fazer a luz própria nesse ponto da ética.

Esse é um dos desafios da atuação do jornalista da área econômica colocados por Beting: tentar ser ético em uma cobertura na qual se está sob pressão do sistema como um todo – do jornal no qual trabalha e no trato com as fontes do governo e as que compõem o universo agrupado no termo “mercado”, que defendem seus interesses econômicos e políticos.

Kucinski (2000, p. 189-192) engrossa a lista de problemas do jornalismo de economia brasileiro e aponta cinco principais traços que constituiriam sua “mentalidade”. O primeiro é classificado como consensualismo e trata-se de um traço geral da cultura política do país, que exige o consenso em torno dos interesses dominantes, e não considera legítima a divergência.

Dogmatismo é o segundo. Em alguma medida, está presente em todo o jornalismo de economia, devido à influência de economistas que repetem teses antigas, já invalidadas como verdades reveladas, especialmente as teses do monetarismo. Manifesta-se no reducionismo da discussão, no desprezo pelo factual e no pouco trabalho analítico.

O terceiro traço é a ingenuidade. Ao contrário do jornalismo de economia dos grandes centros mundiais, que usa uma linguagem agressiva para descrever um mundo de negócios feitos de disputas, golpes e rivalidade, o jornalista brasileiro insistiria em descrever o mundo dos negócios como uma história de contos de fadas em que só há encantamentos.

Os dois últimos traços são o entreguismo e o deslumbramento. O jornalismo de economia assume a defesa dos interesses estrangeiros, tanto na sua visão geral dos processos econômicos, como em histórias específicas, ao mesmo tempo em que se apresenta de maneira deslumbrada perante as grandes empresas e empresários e banqueiros. Isso pode ser visto nas atitudes subservientes e acríticas. Os grandes empresários são reverenciados pelo jornalismo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a composição do jornalismo de economia e sua forma de apresentar a notícia nos episódios dos pacotes econômicos, verifica-se o papel desempenhado pelos economistas. O acirramento do processo inflacionário, ao longo dos anos 1980, foi um álibi importante para que as decisões econômicas não fossem discutidas e negociadas de forma aberta e ampla, envolvendo uma pluralidade de grupos organizados na arena política. Com a justificativa, teoricamente construída, utilizada até hoje, de que os agentes econômicos agem estrategicamente, antecipando medidas e neutralizando os resultados das políticas governamentais, quando conhecem previamente seus conteúdos, as decisões acabam sendo tomadas por um grupo mínimo de indivíduos. São eles que detêm com exclusividade as informações mais importantes, como se fossem segredos de guerra.

À época, quanto mais elevadas eram as taxas de inflação, melhor se configurava uma situação de ameaça e mais se esperava decisões drásticas dos governantes, como os choques econômicos. Esse clima fazia com que os economistas se sentissem legitimados.

Nesse contexto, os economistas que compõem a elite dirigente do país foram, ao longo dos sucessivos planos econômicos, as principais fontes que alimentaram o noticiário das editorias da área, que passaram as informações sobre as medidas do governo e traduziram os fatos para jornalistas que, por sua vez, as repassaram ao público leigo, por meio das narrativas jornalísticas.

Alguns grupos de economistas permaneceram sendo ouvidos constantemente como principais fontes especializadas pelos jornais nas duas últimas décadas do século XX. A maior parte dos profissionais dessa área que apareceu no noticiário esteve sempre no centro decisório, como ministros, secretários e assessores ou consultores especiais do Ministério da Fazenda, ou presidentes do Banco Central. Além disso, quando esses profissionais deixavam os cargos no governo para ocupar outras posições de destaque no campo econômico, voltavam a ser ouvidos, sendo fontes identificadas como ex-ocupantes desses cargos importantes no governo.

A frequência com que esses especialistas apareceram no noticiário de economia demonstra uma baixa diversidade de fontes da área ouvidas pelos jornalistas. Outra evidência a respeito de tais fontes principais, constantemente ouvidas, é a de que, quase sempre, o noticiário não contextualizava sua trajetória e não explicitava a que grupos de pensamento econômico estavam ligadas.

Os economistas são, portanto, agentes legitimados pelos jornais e pelos jornalistas de economia – por meio de espaço para a publicação de artigos deles e de sua atuação como fontes fundamentais para diversas notícias e reportagens sobre a economia do país. Eles foram popularizados pelos jornalistas, uma vez que frequentaram o noticiário, dando entrevistas.

Foram legitimados e, ao mesmo tempo, ajudaram a legitimar os jornalistas e o jornalismo de economia, dando-lhes distinção com relação aos demais jornalistas, à medida que permitiam que desenvolvessem um papel de intermediários entre eles, com seu saber técnico, e o público-leigo, com o conhecimento do senso comum. E o fizeram quando lhes forneceram informações para que pudessem traduzi-las em narrativas jornalísticas. Ao recorrer primordialmente às fontes que compõem a equipe do governo, o jornalismo de economia brasileiro demonstra depender, principalmente, das fontes oficiais.

Os jornalistas de economia, por outro lado, ajudaram a reforçar sua importância, ao assumirem, como função fundamental de sua prática, a legitimação do discurso de valorização do mercado, em detrimento do poder do Estado. Na década de 1990, a imprensa atuou de forma importante na campanha neoliberal pelo desmonte do Estado social-democrata e pelo processo de naturalização da ideologia da globalização. Aliados ao marketing e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios de comunicação, desde então e até hoje, desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia liberal de mercado e no encorajamento dos valores do consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FONTES PRIMÁRIAS

Jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*: 28 de fevereiro de 1986 e as edições do mês de março de 1986; junho de 1987; janeiro e maio de 1989; março de 1990; janeiro de 1991; agosto de 1993; julho de 1994 e janeiro de 1999.

Entrevistas com jornalistas:

BETING, Joelmir. **Jornalismo de economia depois da redemocratização.** Entrevistadora: Hérica Lene. São Paulo, Rede Bandeirantes, 26 de março de 2007.

LEITÃO, Miriam. **Jornalismo de economia depois da redemocratização.** Entrevistadora: Hérica Lene. Rio de Janeiro, na residência da jornalista, na Gávea, em 15 de maio de 2007.

NASSIF, Luís. **Jornalismo de economia depois da redemocratização.** Entrevistadora: Hérica Lene. São Paulo, na Agência Dinheiro Vivo, 26 de março de 2007.

FONTES SECUNDÁRIAS

ALONSO, J. A. M. **Dicionário de História do mundo contemporâneo.** Espírito Santo: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES), 2000.

ABREU, A. **Jornalistas e editorias de economia.** Trabalho apresentado no 10º Encontro Anual da Compós, em Brasília, de 29 a 1º de junho de 2001.

_____. **Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática.** In: ABREU, A. A. de, LATTMAN-WELTMAN, F; KORNIS, M. A. **Mídia e Política no Brasil – jornalismo e ficção.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

ABREU, A. A. De; LATTMAN-WELTMAN, F; ROCHA, D. (org.) **Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC/FGV.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

BARBOSA, M. **Os Donos do Rio – Imprensa, Poder e Público.** Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

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

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

GANS, H. J. **Deciding what's news: a study of *CBS Evening News*, *NBC Nightly News*, *Newsweek* and *Time*.** New York: Pantheon books, 1979. 393 p. cap.4, p.116-146.

KUCINSKI, B. **Jornalismo econômico.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

LATTMAN-WELTMAN, F, RAMOS, P. A; CARNEIRO, J. A. D. **A imprensa faz e desfaz um presidente**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LENE, H. Memória e história do jornalismo de economia brasileiro: a “construção” das notícias na Gazeta Mercantil. **Anais....XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012-** Intercom.

_____. **A crise da Gazeta Mercantil: tradição e ruptura no jornalismo econômico brasileiro**. Dissertação apresentada ao Mestrado em Comunicação da UFF em 2004.

_____. **Jornalismo de economia no Brasil**. Cruz das Almas-BA: Editora UFRB, 2013.

_____. **Jornais centenários do Brasil**. Covilhã, Portugal: Labcom.IFP, 2020

LOUREIRO, M. R. **Os economistas no governo – gestão econômica e democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

NASSIF, L. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003.

_____. **Os cabeças-de-planilha – como o pensamento econômico da Era FHC repetiu os equívocos de Rui Barbosa**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

QUINTÃO, A. F. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

RESENDE, J. V. **Construtores do jornalismo econômico – da cotação do boi ao congelamento de preços**. São Paulo: Editora Ícone, 2005.

SANDRONI, P. **Dicionário de Economia do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

O JORNALISMO ECONÔMICO DA FOLHA DE S. DE PAULO: AS DECISÕES DO COPOM, AS FONTES E SEUS VÍNCULOS DURANTE O GOVERNO LULA (2003)

Leticia Fiera

Os meios de comunicação são frequentemente entendidos como o alicerce da sociedade democrática. Cumpririam o papel de mediação entre o Estado e a sociedade oferecendo aos cidadãos a oportunidade de acesso à informação, ao mesmo tempo em que se constituiriam em um espaço para discussão e participação da/na coletividade.

A sociedade contemporânea está imersa em um espaço midiático (Sodré, 2002), e nesse contexto a globalização sob o domínio da finança, o poder econômico e financeiro ocupam um espaço importante no discurso e nas orientações dos meios de comunicação, ao mesmo tempo em que o campo jornalístico (Bourdieu, 1989) tornou-se uma das principais indústrias culturais para a produção e circulação de sentidos sociais.

Nos jornais impressos são publicados acontecimentos que retratam a realidade local, nacional e internacional diariamente, eles são o instrumento capaz de elaborar, receber, divulgar – as ideias da presente hegemonia. A periodicidade diária, portanto, confere aos jornais a possibilidade da veiculação das ideias que permitem em última instância influenciar/informar a opinião pública (FONSECA, 2005). Assim, entendemos que campo jornalístico e a globalização financeira estão intimamente ligados e, por isso, é de fundamental importância refletir sobre o processo de produção e de reprodução da informação.

Acreditamos que o poder financeiro ocupa um grande espaço tanto no discurso midiático como nas orientações políticas e econômicas do Estado, mesmo se ainda hoje o campo jornalístico se encontra “protegido” pelo valor moral e ético da imparcialidade. Por isso, ao observarmos a importância do campo jornalístico na propagação da ideologia subjacente à globalização pelas novas relações de poder que se estabelecem e privilegiam os principais atores sociais deste momento atual, ou seja, os bancos centrais, as empresas multinacionais, as instituições financeiras e os economistas da finança. Acreditamos que é através desta rede política e social que se estabelecem as possíveis estratégias, alianças e conflitos de interesse.

As transformações ocorridas nas notícias econômicas a partir dos anos 1990 levaram à emergência no cenário nacional, como constatou Puliti (2009), a financeirização do noticiário econômico. O cientista político Luis Miguel (2002) atesta que em 2002 houve uma alta visibilidade para o tema economia, tanto na televisão quanto em jornais impressos, sobretudo sobre as

nuances do mercado financeiro. Ele considera que houve um aumento considerado de noticiários econômicos e um esvaziamento da política. Neste contexto, os temas econômicos/financeiros começam a dominar o cenário do noticiário, logo alguns atores se fortalecem, outros ficam excluídos do debate, e os temas surgem como pautas da agenda nacional.

Para os fins deste artigo, apresentamos um recorte sucinto do resultado final da pesquisa de doutoramento, expressa no livro “Jornalismo econômico e os lobos das finanças Grupo Folha e o Governo Lula (2003)” (FIERA, 2018). A análise porta sobre a cobertura do jornalismo econômico impresso da Folha de S. Paulo perante a definição da taxa de juros Selic pelo Conselho de Política Monetária (COPOM) durante o primeiro ano do Governo Lula (2003)²⁰. O foco principal foi observar a relação do jornalismo econômico com as fontes e seus vínculos institucionais. A pesquisa incluiu um total de 351 matérias, das quais 282 assinadas por 17 jornalistas, 44 edições da coluna Painel S.A, 9 da coluna Repercussão e 16 matérias não assinadas que, em conjunto realizaram 502 consultas a 185 fontes vinculadas a 95 instituições.

Adotamos dois procedimentos metodológicos para a realização da pesquisa. O primeiro procedimento é a análise documental, pois vale-se de documentos originais (artigos, reportagens, entrevistas, notas não assinadas, etc.), que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor, além de favorecer a observação do processo de maturação ou de evolução de indivíduos, grupos, conceitos, conhecimentos, comportamentos, mentalidades, práticas, entre outros (CELLARD, 2008). Ela permite identificar informações factuais nos documentos a partir de questões e hipóteses de interesse, além disso o pesquisador deve “constituir um *corpus* satisfatório, esgotar todas as pistas capazes de lhe fornecer informações interessantes” (CELLARD, 2008, p. 298).

O critério estabelecido para a organização consta de uma ficha de leitura contendo as principais informações – resumo, nome do jornalista, nome das fontes citadas, identificação dos vínculos, data do artigo e página do jornal, seção. Logo, nossa pesquisa documental através de um viés quantitativo teve como objetivo verificar as fontes do noticiário econômico do jornal a Folha de S. Paulo. Em jornalismo, a grosso modo, fontes são portadoras de informação. Elas podem ser pessoas, falando por si ou coletivamente, documentos escritos ou audiovisuais, por meio dos quais os jornalistas tomam conhecimento de informações, opiniões ou dados sobre um evento. O segundo procedimento, é utilizada a análise de redes sociais para observar a relação dos jornalistas, do jornal com as fontes e das fontes com instituições. A análise de redes sociais, ou *network analysis* (SNA), é um método desenvolvido para a análise de dados relacionais, que são aqueles em que o pesquisador está interessado em analisar os laços, contatos, vínculos, conexões que unem indivíduos entre si. AARS é considerada por Cross, Parker e Borgatti (2000) como um importante instrumento para estudar relacionamentos fomentados pelo compartilhamento da informação e do conhecimento. Desta forma, ela se apresenta como uma ferramenta que permite a identificação de indicadores de padrões de relacionamentos que aprimoram a cooperação entre os indivíduos.

20 Eu também analisei os editoriais da FSP, durante o ano de 2003 teve 43 editoriais nos quais a temática foram as decisões do Copom sobre a taxa de juros. A instituição FSP sempre se posicionou pela redução das taxas de juros. A política monetária adotada pelo Banco Central, sob a direção de Henrique Meirelles, a partir do mês junho foi de reduzi-las, chegando ao final do ano de 2003, a uma redução de 10%, porém, é importante ter presente que o posicionamento da FSP em seus editoriais foi a favor da baixa da taxa juro Selic. Ver sobre isso em FIERA, 2018.

Consideramos que o processo de globalização financeira das últimas décadas significou uma reorganização do sistema financeiro global e a emergência de poderes imensamente ampliados de coordenação financeira, com maior abertura e desregulamentação dos mercados que, entre outras implicações, intensificou a concentração de capitais, com operações de fusões e incorporações, incluindo as empresas de mídia. Observou-se como a trajetória do grupo Folha de S. Paulo se insere neste processo, por um lado, pelas transformações internas que ocorrem em sua composição acionária e pela expansão que realiza tanto pela formação ou incorporação de empresas quanto pela associação estratégicas com outros grupos da área e, por outro, pelo espaço ocupado pelas fontes jornalísticas vinculadas ao sistema financeiro.

2 A CONSOLIDAÇÃO DO GRUPO FOLHA COMO CONGLOMERADO DE MÍDIA

Neste contexto, a hipótese sugere que o campo jornalístico é continuamente tensionado e se integra ao espaço da produção e reprodução da ideologia do capital mundializado e financeirizado, buscando a produção de práticas discursivas adequadas para a legitimação das estruturas de poder destes atores econômicos dominantes da globalização. De acordo com Lima (2006) as empresas de mídias são hoje atores econômicos fundamentais como parte de grandes conglomerados empresariais articulados em nível global. Embora os jornais possam ter perfis que se aproximam, é necessário compreender a atuação da grande imprensa através de diversos segmentos, pois a imprensa periódica possibilita o acompanhamento sucessivo e detalhado das conjunturas políticas, econômicas e sociais com posicionamentos, permanências e mudanças, assim como as consequentes justificativas. O Grupo Folha se apresenta como um dos principais conglomerados de mídia do país, pois controla um dos jornais de maior circulação nacional (Folha de S. Paulo), a maior empresa brasileira de conteúdo e serviços de internet (UOL), o site de notícia de jornal online – Folha.com – e a gráfica comercial do Brasil – Plural, além de outros negócios.

Portanto, tendo como ponto de partida a dimensão econômica, a globalização está relacionada ao que o geógrafo David Harvey (1992) chama de regime de acumulação flexível. Ele surge em resposta à crise provocada pela excessiva rigidez do modelo fordista em todas as áreas: nos investimentos de capital fixo; no sistema de produção em massa (com rígida separação da concepção e do planejamento da produção em relação à execução das tarefas); na distribuição dos mercados, na alocação e nos contratos de trabalho (relações contratuais rígidas - com marcante presença dos sindicatos na regulação das relações trabalhistas e regras rígidas de contratação e demissão de trabalhadores); no planejamento e crescimento relativamente estável do mercado de consumo e nos compromissos do Estado (existência de um Estado-previdência capaz de garantir a estabilidade social e política). Assim, os conglomerados tratam de otimizar as cadeias produtivas para lucrar em todas as pontas (MORAIS, 2002). Nesse sentido, Harvey (1992) acrescenta que acumulação flexível é caracterizada pelo surgimento de novas estratégias, tais como os setores de produção, os fornecimentos de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, por taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional.

A abordagem da questão do movimento de concentração revela a competição entre vários representantes do grande capital (nacional e/ou estrangeiros) e da luta pelo controle dos mercados,

no plano, portanto, dos objetivos comerciais, e não do interesse em defender o pluralismo ou proporcionar ao público uma melhor informação. Como atesta Moraes (2002), as organizações interconectam investimentos dispersos geograficamente, sob a égide de uma racionalidade empresarial única. Apesar das *holdings* levarem em conta certas particularidades socioculturais das regiões em que operam, os dados provenientes de um determinado tempo-espaço constituem componentes preciosos para uma adaptação consistente e para planos inovadores.

O desafio é combinar traços específicos com as metas gerais de comercialização, ao generalizar a impressão de que os produtos não conhecem fronteiras e pairam acima de singularidades geoculturais (MORAIS, 2002). No entanto, apesar de uma pretensa flexibilidade, uma vez que filiais e subsidiárias permanecem sob (re)orientações da matriz, as *holdings*, como relembra Moraes (2003) desfazem as estruturas piramidais de comando e articulam uma rede corporativa constituída por elementos complementares, mas mantêm ascendência sobre o todo.

Num cenário como esse, é fundamental analisar a concentração econômica dos meios de comunicação, em especial o conglomerado Folha. O Grupo Folha investe na expansão dos seus negócios apostando no discurso sobre a inovação. O comportamento do Grupo Folha sinaliza a incorporação destas “novas ideias gerenciais”. Um breve recurso histórico nos ajuda a compreender melhor a atuação empresarial do grupo nas últimas décadas.

Nos anos 1980, ocorre o resultado de uma *joint-venture* com uma das maiores gráficas estadunidense a Quad/Graphics, desta consolidação nasce uma das maiores gráficas com rotativas em *offset* da América Latina - a Plural. Em dezembro de 1994, o grupo inaugurou o Centro Tecnológico Gráfico/Folha, localizado na cidade de Tamboré (São Paulo). Logo a seguir, surgiu a criação da *holding* Folhapar e a diversificação nos negócios da família Frias. Em 1995, o Grupo Folha diversifica mais uma vez sua estratégia de mercado, é a primeira empresa a oferecer acesso à internet e conteúdo num único pacote com a criação do Universo Online. Logo, o Grupo Folha se consolida como uma empresa de tecnologia, atuando em setores como o comércio, pagamento eletrônicos, jogos, sites de relacionamentos, datacenters (armazenamento e processamento de dados) e soluções em TI (tecnologia da informação).

Em 1996, o Grupo Abril (Brasil Online) e o Grupo Folha (Universo Online) decidiram fundir suas operações de provimento de conteúdo e de acesso de internet sob um único guarda-chuva – o UOL. Em 2000, o Grupo Folha e o Grupo Globo, em parceria, lançaram o jornal Valor Econômico, com um investimento conjunto de US\$ 50 milhões, resultado de um antigo projeto do Grupo Folha, pois o jornalismo econômico trazia anunciantes mais nobres, tais como a indústria e o serviço, conforme atestou na época Flávio Pestana, presidente do Valor.

Neste contexto, cabe identificar as transformações e consequências no desenvolvimento das empresas de jornalismo a partir da introdução de dois novos fatores na vida das indústrias culturais contemporâneas: as novas tecnologias de comunicação e informação e a expansão em escala mundial de um novo regime de acumulação – o regime pós-fordista, ou de acumulação flexível (HARVEY, 2001). As observações realizadas por Robert McChesney (2003) sobre a convergência tecnológica advindas da internet, confirma a maré alta de fusões entre empresas de mídia tradicional e de telecomunicações e destas com empresas de internet e informática. A composição acionária da UOL, em 2010 conforme dados de seu Formulário de Referência na CVM, é a seguinte:

Tabela 1 – Composição acionária da UOL - 2010

Acionista	Ações ON%	Ações PN%	Total de Ações %
Folhapar S.A	69,38%	48,02%	58,70%
Acionistas Queiroz	29,42%	20,58%	25,00%
Cyrte Investments	--	5,41%	2,70%
Banco Fator S.A.	--	8,32%	4,16%
Luiz Frias	1,20%	--	0,60%
Tesouraria	--	16,85%	8,42%
Outros	--	16,85%	8,42%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Acordo de acionista – Folhapar. Disponível em: <http://www.transparenciaegovernanca.com.br/TG/index.php?option=com_content&view=article&id=159:uol&catid=59:casesus&Itemid=162&lang=br>. Acesso em: 23 abr.2020.

A estrutura da propriedade das empresas pode ser estabelecida em duas dimensões. A concentração da propriedade é a primeira delas e refere-se ao número de ações detidas por um acionista ou por grupo de acionistas. A segunda dimensão é a identidade do acionista majoritário, ou seja, a categoria que detém o controle acionário da empresa: família, governo, banco, investidor institucional ou companhia não-financeira.

A identidade dos acionistas majoritários, de acordo com a tabela acima, demonstra que a UOL está caracterizada por controle de um acionista majoritário, Folhapar, controlado pela família Frias, que detém 69,38% das ações com direito a voto (e praticamente 59% do capital total). É interessante observar a presença de outro acionista relevante (Queiroz com 29,42 das ações com poder de voto), e o interesse por instituições financeiras em participar no capital da UOL, como é o caso do Banco Fator e a Cyrte Investments. Na tabela acima, percebemos que a Folhapar, acionista e controladora do UOL, detém o maior número de ações. Uma das ações adotadas pelos grupos a fim de acumular massa de capital e crescerem no mercado é a aquisição, fusão e a internacionalização. Em dezembro de 2010, o UOL concluiu a compra da Diveo Broadband Networks por R\$ 693,5 milhões²¹. Com isso, se tornou a terceira maior empresa de serviços de infraestrutura de tecnologia da informação da América Latina.

A partir das colocações realizadas acima, elas nos permitem entender que o processo de acumulação capitalista dos meios de comunicação é estimulado pelas inovações tecnológicas, logo os grupos econômicos procuram maximizar a acumulação do capital através de medidas que permitem a redução dos custos e por consequência encontram-se sempre nas melhores posições para enfrentar a concorrência. Nesse sentido, a tendência à concentração do capital estimula o processo de centralização através da formação de *holdings*. Consequência importante da concentração e da centralização do capital dos meios de comunicação, como vimos no caso

21 Para garantir a excelência na prestação dos serviços voltados à aplicação, foram adquiridas as empresas-**Tech4B**, reconhecida por suas soluções de Quality Assurance e Performance, **Boldcron**, especializada em sistemas de pagamentos on-line, **Uni5**, com atuação em sistemas de integração em cadeias produtivas, **Solvo**, que atende a gestão de infraestrutura em multiplataforma, e **Compasso**, reconhecida com excelência na prestação de serviços Middleware Oracle. Disponível em: <<http://www.uoldiveo.com.br/sobre-nos/#rm-cl>>.

específico do Grupo Folha, um conglomerado econômico bem posicionado no mercado nacional e internacional através dos vínculos realizados, ao longo de sua trajetória histórica, carrega consigo um complexo e contraditório caminho na busca da afirmação como um grupo de mídia familiar.

Embora, o próprio discurso dos meios sobre a neutralidade e imparcialidade seja o escopo de seu posicionamento político, o jornalismo passa a ser também o reflexo das relações das forças antagonicas. Em síntese, a credibilidade é construída quando são colocadas opiniões e ideias que ora defendem ora desqualificam a política econômica adotada pelo governo. No entanto, na atual fase do capitalismo, a mídia vai além de suas importantes funções de formação de opinião pública, na busca da veracidade dos fatos, ela se posiciona na sociedade como uma organização empresarial e, como tal, tem objetivos próprios a serem alcançados. Nesse sentido, a globalização impõe uma ideologia que considera a acumulação como uma meta em si mesma, o resultado tanto pode levar à acumulação como ao endividamento. Essas ponderações visam permitir entender a atualidade do jornalismo econômico no atual período histórico.

As políticas econômicas adotadas na fase atual da globalização estão no bojo da complexidade na relação entre mídia, Estado e sociedade. O fato de que, no mundo de hoje, o discurso econômico/financeiro ocupar um espaço central na mídia, amplia-se na medida em que a própria internacionalização do capital financeiro se consolida como estratégia capitalista das grandes empresas financeiras.

3 AS FONTES DO JORNALISMO ECONÔMICO

O jornalismo aparece como um serviço público no qual as notícias são as substâncias que nutrem o cidadão que necessitam exercer seus direitos democráticos soberanamente (TRAQUINA, 2004). O *ethos* que a prática jornalística traz consigo de ser a reveladora da verdade, de oferecer a possibilidade pela qual os cidadãos têm acesso ao debate público. O discurso jornalístico não pode se satisfazer apenas em expor os fatos e os ditos, é uma atividade discursiva que consiste em recomendar um questionamento, ilustrar diferentes posições e tentar avaliar cada uma delas.

Nesse sentido, a mídia conclama o discurso de especialistas, analistas, *experts* para analisar um evento midiático, geralmente são representantes de uma visão acadêmico-científica, como é o caso de acadêmicos vinculados a universidades e centros de pesquisa. Segundo a jornalista e pesquisadora Sponholz (2010) os *experts* recebem um determinado papel social, que pressupõe uma competência específica mediante o exercício de uma profissão. Para Schneckener (2005, p. 5, apud Sponholz, 2010) o saber do *expert* se distingue do conhecimento geral por ser detalhado e por uma grande quantidade de fatos, mas também pela capacidade de estabelecer relações entre fatores e analisar as possíveis consequências de determinadas ações. Dessa maneira, o *expert* se diferencia tanto do leigo, que não tem nem o saber especializado, nem a legitimação profissional do primeiro, quanto do especialista, que pode até ter o conhecimento específico, mas não dispõe da qualificação profissional de um *expert*.

Do ponto de vista jornalístico, o papel do *expert*, segundo Sponholz (2010) envolve ao menos três componentes: o papel do jornalismo na produção e distribuição do conhecimento; a exigência da qualidade comunicativa (o saber informar o conhecimento); e as rotinas produ-

tivas. Apoiada nas observações acerca do jornalismo, realizadas por Park (1967) e Sponholz (2010) observa que a complexidade das sociedades modernas encarrega o jornalismo em uma atividade cuja função seja de exercer uma orientação social, concretizada no abastecimento de informações que permitam ao receptor localizar-se em um mundo cada vez mais complexo. No entanto, conforme Conrad (1999, apud Sponholz, 2010) estudos empíricos apontam para o fato de que a avaliação da *expertise* de um cientista por um jornalista é a sua vinculação institucional e a sua posição dentro da hierarquia de uma instituição, não da sua produção científica. Por isso, repórteres procuram contato com diretores de institutos, cientistas de universidades famosas e pessoas já conhecidas pelos meios de comunicação. Assim, para Sponholz (2010) a relevância de experts aumenta com a complexidade dos temas e com a diversidade de opções de consumo midiático e com a concorrência entre os meios de comunicação.

Para Paulani (2004) o deslocamento da *Economics* pela *Business Administration* é o responsável, junto com a completa naturalização dos fenômenos econômicos, pela situação aparentemente paradoxal de que sejam hoje os economistas sejam os profissionais mais procurados pela mídia para emitir suas opiniões sobre o andamento e as perspectivas da vida material da sociedade. Além disso, Paulani (2004) ressalta que os supostos economistas atuam sempre como “técnicos”, nesse sentido Puliti (2009) constatou que as estratégias com as quais os agentes do mercado financeiro construíram seus espaços na imprensa, desde o papel das assessorias de imprensa e dos media training até criação e valorização dos departamentos econômicos nas instituições financeiras, passando pela relevante atuação dos informativos em tempo real na tarefa de alçar profissionais do mercado financeiro à categoria de fontes. Ainda que as pautas jornalísticas sofram interferência crescente dos produtores competentes de acontecimentos, nesse sentido, cabe ressaltar que os economistas do mercado financeiro estrategicamente abastecem diariamente os jornalistas com estudos de cunho técnico, cheio de números, gráficos e projeções, sempre seguidos de comentários e interpretações e, portanto, tais estudos dão ideias para matérias (PULITI, 2009).

Pode-se entender como fonte jornalística instituições ou pessoas que testemunham eventos de interesse público ou deles participam (LAGE, 2001) e são procuradas por jornalistas para a obtenção de informações ou sugestões de pauta (GANS, 1979). Fontes representam um fator decisivo no processo de produção jornalística. As notícias são consideradas a espinha dorsal desse processo e consistem não no que acontece, mas no que as fontes dizem que acontece (SIGAL, 1973). Vários autores dividiram as fontes em, nomeadamente, oficiais (ligadas ao governo e às estruturas oficiais) e não oficiais (as organizações não governamentais). Cada estrutura possui recursos institucionais, financeiros e capital cultural específico, sempre em constante mutação dinâmica. Outra forma de abordar a interação fontes/jornalistas consiste em tipificar e classificar os diferentes tipos de fontes. As taxonomias daí resultantes são vastas e naturalmente vinculadas a perspectivas e interesses distintos.

Portanto, cientes de uma estrutura profissional de comunicação, a conquista da mídia pelos financistas ocorreu a partir da adoção de uma série de estratégias operadas juntos aos jornalistas, que vão desde a formatação de um discurso persuasivo com bases supostamente científicas até inúmeros contatos pessoais, com telefonemas e e-mails diários, sugestões de pautas exclusivas, além de uma ampla oferta de estudos conjunturais sobre a economia. Os economistas de mercado financeiro desenvolveram duas estratégias de cooptação de jornalistas: (i) estão sempre disponíveis para entrevistas (o que facilita o trabalho do jornalista); (ii) em nome das instituições para as quais trabalham ou são proprietários convidam com frequência os jornalistas para almoço e jantares, além de oferecer ingressos para eventos culturais e esportivos (PULITI, 2009).

4 AS FONTES E SEUS VÍNCULOS

O enfoque relacional adotado, procura analisar no *corpus* documental as fontes do jornalismo econômico do jornal Folha de S. Paulo e seus vínculos institucionais. Para a pesquisa considerou-se esta indicação embora se tenha claro que cada uma das pessoas indicadas como fonte está inserida em um universo de diversos vínculos institucionais além de relações informais de diversas ordens. Em alguns casos também se mencionam vínculos anteriores, especialmente quando significa dar maior reconhecimento ou credibilidade à fonte, como por exemplo, indicar que ocupou a presidência ou uma diretoria do Banco Central.

Considera-se também que a opção do autor da matéria por explicitar um determinado vínculo da fonte e não outro se relaciona com o conteúdo da própria matéria e a legitimidade e representatividade técnica e política que se atribui à fonte, por exemplo, quando se menciona a condição de presidente de uma entidade de classe e não sua empresa. Ao mesmo tempo avalia-se que a própria fonte busca definir sobre qual identidade prefere ser reconhecido ao ser consultado. Em todos os casos, entende-se que o vínculo indicado é pertinente a fonte e a partir dele faremos a análise para identificar em termos mais amplos que tipos de vínculos ganham maior centralidade na rede de fontes do jornalismo econômico da Folha de S. Paulo. As instituições foram classificadas de acordo com o quadro 1:

Quadro 1 - Os vínculos institucionais das fontes

<p>1) Instituições ou grupos financeiros (bancos, grupos, corretoras, distribuidoras, fundos de investimento); 2) Empresas ou grupos não financeiros (empresas ou grupos industriais, comerciais, serviços entre outros); ²² 3) Empresas de Consultoria; 4) Associações de classe do empresariado não financeiro (caso dos sindicatos, federações ou confederações e associações do setor não financeiro como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – FIESC e a Associação Brasileira da Infraestrutura e Indústrias de Base – ABDIB, e entidades ligadas a elas); 5) Associações de classe do setor financeiro (como Federação Brasileira de Bancos – Febraban, e a Federação Nacional de Instituições de Crédito, Financiamento e Investimentos – Fenacrefi);</p>	<p>6) Associações de classe e organizações sindicais representativas dos trabalhadores assalariados (como a Central Única dos Trabalhadores-CUT, e Força Sindical); 7) Associações profissionais (como a Ordem dos Economistas e a Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade); 8) Instituições Acadêmicas (inclui Universidades e entidades de ensino superior como FGV e Ibmec); 9) Poder Executivo e órgãos estatais (inclui Presidência, IBGE, IPEA e o próprio Banco Central); 10) Poder Legislativo (Deputados e senadores).</p>
---	--

Fonte: Da pesquisa (2018)

Na tabela abaixo podemos verificar como as instituições se distribuem a partir da classificação adotada, o número de fontes que se vinculam a elas, assim como os percentuais da participação em cada caso.

22 Grande parte dos grupos econômicos atua tanto no setor financeiro como não financeiro. Neste caso classificou-se pela identidade predominante (como é o caso do Grupo Votorantin, classificado como não financeiro e o Grupo Itaú como financeiro).

Tabela 2 - Número de Instituições e de fontes vinculadas

Instituições	Nº. de instituições	%	Nº. de fontes vinculadas	%
Instituições/grupos financeiros	36	38,0	64	34,6
Associações de classe (setor não financeiro)	20	21,0	26	14,0
Empresa de Consultoria	11	11,6	24	13,0
Empresa/grupo não financeiro	8	8,4	8	4,3
Instituições Acadêmicas	6	6,3	23	12,4
Associações de classe/sindicatos (trabalhadores)	4	4,2	7	3,8
Poder Executivo/Órgãos Estatais (*)	4	4,2	12	6,5
Associações de classe (setor financeiro)	3	3,2	4	2,2
Associações profissionais	2	2,1	2	1,1
Poder Legislativo	1	1,0	15	8,1
TOTAL	95	100,0	185	100,0

Fonte: Da pesquisa (2018). (*) Inclui Banco Central

Pelos dados da tabela é possível constatar que as instituições financeiras correspondem a 38% do total de instituições (95), que somadas às associações de classe do setor (3), chega a 41,2%. A maior presença do setor financeiro se verifica também quando consideramos o número de fontes que se vinculam a essas instituições (incluindo as entidades de classe): 68 fontes, que representam 36,8% do total (185).

As empresas e grupos não financeiros (8), somados à suas associações de classe (20) representam 29,4%, mas fornecem apenas 18,3% das fontes. Neste caso, as fontes preferenciais são presidentes ou diretores das entidades de classe (14% das fontes). Percebe-se uma presença importante de fontes vinculadas às empresas de consultoria que representem 11,6 % das instituições, mas oferecem 13% das fontes, praticamente o mesmo número das entidades de classe do setor não financeiro.

Embora representem apenas 6,3% das instituições, as acadêmicas participam com 12,4 % das fontes, concentradas em duas delas, a FGV e a Unicamp (contribuindo com 9 e 7 respectivamente de um total de 23 fontes vinculadas à academia). Fontes do Poder Executivo e órgãos estatais representam apenas 4% % das instituições e 6,5% das fontes. A maioria das consultas se concentra na própria figura do Presidente da República (amplamente citado por um dos jornalistas), e no presidente do Banco Central (Henrique Meirelles). As fontes vinculadas ao Poder Legislativo representam 8,1%, com maior presença, portanto que o Poder Executivo. Chama atenção neste contexto a pouca presença de fontes vinculadas à organização dos trabalhadores, cujas entidades representam apenas 4,2% das instituições e com participação menor ainda quanto ao número de fontes, apenas 3,8%. Foram consultados membros da direção da CUT, da Força Sindical, da CGT e do DIEESE. Esses dados sinalizam a pouca participação das entidades dos trabalhadores como fonte de consulta para o jornalismo econômico da Folha na matéria em

pauta. Constata-se assim uma presença predominante do setor financeiro, tanto no que refere ao número de instituições quanto à quantidade de fontes que são consultadas.

Analisando os dados acima de forma desagregada (Tabela 2) podemos identificar instituições específicas com maior grau de centralidade, considerando-se como patamar que pelo menos possua três fontes incluídas nas consultas. Entre as 95 consideradas, 17 atendem a este requisito. Entre elas, 6 instituições financeiras (com destaque para o ABN-Amro com 6 fontes, o Itaú e o Unibanco, ambos com 5 fontes), 3 empresas de consultoria, com destaque para a Consultoria Tendência (com 7 fontes), 3 instituições acadêmicas (FGV, Unicamp e UFRJ), Fiesp (cinco fontes), a CUT (quatro fontes) e o Bacen (3 fontes). O destaque neste caso fica para o poder Legislativo, com quinze fontes, como já identificado na tabela anterior.

Tabela 3 - Instituições com três ou mais fontes

Instituições	Nº. de fontes	Classificação específica
Poder Legislativo	15	10
FGV	9	8
Cons. Tendência	7	3
Unicamp	7	8
Poder Executivo	7	9
Bc ABN-Amro	6	1
Bc Itaú	5	1
Bc Unibanco	5	1
Fiesp	5	4
Bc Santos	4	1
CUT	4	6
BankBoston	3	1
Bc Lloyds TSB	3	1
Cons. MCM	3	3
Cons. Global Invest	3	3
UFRJ	3	8
Bacen	3	9

Fonte: Da pesquisa (2018).

4.1 A CENTRALIDADE DAS FONTES

A partir dos dados mais agregados busca-se verificar a seguir qual o grau de centralidade das fontes, ou seja, busca-se verificar quantas vezes uma determinada fonte foi acionada e a que instituição está vinculada. Para análise das fontes, considerou-se como patamar aquelas com grau de centralidade cinco ou mais, o que significa que foram citadas este número de vezes pelas matérias jornalísticas. Nesta condição estão 33 fontes e a elas correspondem 268 citações o que representa 54% sobre o total de 502 (Tabela 4).

Tabela 4. Folha de S. Paulo. Jornalismo econômico. Abordagem do tema taxa de juros Selic. 2003.

Vínculos das fontes com maior centralidade (5 ou mais consultas)

Instituições	Nº. de fontes
Instituições/grupos financeiros	14
Associações de classe (setor não financeiro)	5
Empresa de Consultoria	3
Empresa/grupo não financeiro	2
Instituições Acadêmicas	3
Associações de classe/sindicatos (trabalhadores)	1
Poder Executivo/Órgãos Estatais (*)	4
Poder Legislativo	1
TOTAL	33

Fonte: Da pesquisa (2018). (*) Inclui Banco Central

Em conjunto, podemos constatar que as fontes jornalistas com maior número de menções estão vinculadas principalmente ao setor financeiro (14 fontes), às associações de classe do setor não financeiro (5 fontes), à empresas de consultoria (3 fontes), à empresas não financeiras (2), à instituições acadêmicas (3 fontes), ao Poder Executivo e órgãos estatais (4 fontes) e ao Poder Legislativo (apenas uma fonte).

Como mencionado, entre as 33 fontes de maior centralidade 14 são vinculadas a instituições financeiras e elas foram mencionadas 116 vezes, que corresponde a 23% do total de 502. Entre as fontes com mais de dez consultas, no setor financeiro se destacam Alexandre Póvoa (14) do Banco Modal, Sérgio Werlang (13) do Banco Itaú, Alexandre Schwartzman (13) do Unibanco e Hugo Penteadó (10) do Banco ABN-Amro. Este último banco sinaliza para a presença de fontes vinculadas a grandes instituições financeiras estrangeiras como é o caso de Octavio de Barros (9), do Banco BBV, de Paulo Leme (9) do Goldman Sachs, de Aquiles Mosca (6) do mesmo ABN-Amro, Carlos Kawall (6) do Citibank e Alexandre Bassoli (6) do HSBC.

Membros da direção da estrutura de representação de classe dos industriais se encontram entre os de maior centralidade - dez ou mais: Julio Gomes de Almeida (19) do IEDI, Horácio Lafer Piva (17) da Fiesp e Armando Monteiro Neto (11) da CNI. Um membro da FGV também se destaca entre as fontes que foram consultadas maior número de vezes: José Cezar Castanhar (10).

Tabela 5 - Folha de S. Paulo. Jornalismo econômico. Abordagem do tema taxa de juros Selic. 2003.

Centralidade das fontes – 5 ou mais consultas

Nome das Fontes	Núm.de consultas	Vínculo das fontes	Classificação da instituição
Julio Gomes de Almeida	19	IEDI	4
Horacio Lafer Piva	17	Fiesp	2
Alexandre Póvoa	14	Bc Modal	1
Sérgio Werlang	13	Bc Itaú	1
Alexandre Schwartzman	13	Bc Unibanco	1
Armando Monteiro Neto	11	CNI	4
Henrique Meirelles	11	Bacen	9
Hugo Penteadó	10	Bc ABN-Amro	1
José Cezar Castanhar	10	FGV	8
Octavio de Barros	9	Bc BBV	1
Paulo Leme	9	Bc Goldman Sachs	1
Roberto Padovani	9	Cons. Tendência	3
José Alencar	9	Poder Exec	9
Márcio Cypriano	7	Bc Bradesco	1
Roberto Troster	7	Febraban	1
Lula	7	Poder Exec	9
Aquiles Mosca	6	Bc ABN-Amro	1
Carlos Kawall	6	Bc Citibank	1
Alexandre Bassoli	6	HSBC	1
Jorge Simino	6	Unibanco Asset Manag.	1
Luis Suzigan	6	Cons. LCA	3
José Augusto Marques	6	ABDIB	4
Abram Szajman	6	Fecomercio/Cons. Tendencia	4
Antonio Palocci Filho	6	Poder Exec	9
Elson Teles	5	Bc Boreal	1
Alexandre Maia	5	Gap Asset Manag.	1
Antônio Ermírio de Moraes	5	Grupo Votorantim	2
Fernando Montero	5	Cons. Tendência	3
Paulo Skaf	5	ABIT	4
Paulo Pereira da Silva	5	Força Sindical	6
Affonso Celso Pastore	5	FGV	8

Nome das Fontes	Núm.de consultas	Vínculo das fontes	Classificação da instituição
Heron do Carmo	5	FIPE	8
Antonio Delfim Neto	5	Poder legislativo	10
Total	268		

Fonte: Da pesquisa (2018)

Entre as fontes com mais de dez consultas, no setor financeiro se destacam Alexandre Póvoa (14) do Banco Modal, Sérgio Werlang (13) do Banco Itaú, Alexandre Schwartzman (13) do Unibanco e Hugo Penteadó (10) do Banco ABN-Amro. Este último banco sinaliza para a presença de fontes vinculadas a grandes instituições financeiras estrangeiras como é o caso de Octavio de Barros (9), do Banco BBV, de Paulo Leme (9) do Goldman Sachs, de Aquiles Mosca (6) do mesmo ABN-Amro, Carlos Kawall (6) do Citibank e Alexandre Bassoli (6) do HSBC. Membros da direção da estrutura de representação de classe dos industriais se encontram entre os de maior centralidade - dez ou mais: Julio Gomes de Almeida (19) do IEDI, Horácio Lafer Piva (17) da Fiesp e Armando Monteiro Neto (11) da CNI. Um membro da FGV também se destaca entre as fontes que foram consultadas maior número de vezes: José Cezar Castanhar (10).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se inserir a análise no processo de globalização financeira das últimas décadas, que significou uma completa reorganização dos sistemas financeiros globais e a emergência de poderes imensamente ampliados de coordenação financeira, com maior abertura e desregulamentação dos mercados que, entre outras implicações, intensificou a concentração de capitais, com operações de fusões e incorporações, incluindo as empresas de mídia. Observou-se como a trajetória do grupo Folha de S. Paulo se insere neste processo, por um lado pelas transformações internas que ocorrem em sua composição acionária, na qual passam a participar instituições financeiras (banco e fundos de investimentos), quanto pela expansão que realiza tanto pela formação ou incorporação de empresas quanto pela associação estratégica com outros grupos da área. Assim, uma das características principais de posicionamento estratégico do grupo é a crescente tendência para o investimento em tecnologias da informação. O Grupo Folha é um dos principais provedores de acesso a Internet - UOL -, além de ter o jornal Folha.com como um dos mais lidos no ambiente virtual. O estudo realizado sobre o Grupo Folha nos demonstra que a concentração e diversificação da propriedade tais como jornais impressos, revistas, jornal online, gráfica, nos permite afirmar que o campo jornalístico e o mundo dos negócios se cruzam a cada passo.

Constatou-se como o noticiário econômico ganhou espaço no jornal e se desenvolveu um jornalismo econômico que, no caso específico das decisões sobre a taxa de juros Selic, se expressou em colunas específicas, matérias informativas não assinadas, matérias assinadas por um número relativamente grande de jornalistas, além de vários editoriais. Assim, as decisões mensais do Copom ao longo de 2003 receberam uma atenção permanente do jornalismo econômico da Folha de S. Paulo.

Na cobertura jornalística sobre o tema, verificou-se que o jornal mobilizou um conjunto amplo de fontes - identificamos 185 -, que foram consultadas ou citadas ao longo do ano, algumas delas mais de uma vez. Este procedimento de consulta é um indicador importante da relação que estabelece entre o jornalismo econômico e seu campo de análise. A identificação básica dessas fontes revelou uma diversidade de vínculos institucionais que incluem acionistas e alto dirigentes de grandes empresas financeiras e não financeiras nacionais e estrangeiras e economistas a elas vinculados, dirigentes das principais associações de classe representativas do patronato e da classe trabalhadora assalariada, parlamentares, membros do Poder Executivo, incluindo o próprio presidente da República e especialmente o presidente do Banco Central.

Ao mesmo tempo, a análise mais detalhada sobre o universo dessas fontes consultadas pelo jornalismo econômico da Folha de S. Paulo permitiu constatar uma clara preferência pelas fontes vinculadas ao sistema financeiro, que se expressa tanto pelo maior número de vínculos com as instituições financeiras como pela quantidade de vezes em que são mobilizadas. Por mais que haja polifonia presentes no noticiário financeiro, o peso relativo das fontes advindas das instituições financeiras conota a tendência a criar convergência entre os meios de comunicação e o universo financeiro.

Para concluir, portanto, é possível constatar que o universo financeiro ganha um espaço privilegiado como fonte para a análise das matérias relativas ao processo de definição das taxas de juros Selic na Folha de S. Paulo, durante o ano de 2013. Essa presença tende a confirmar o que a literatura constata sobre a presença do setor financeiro no processo de globalização, e de forma específica o espaço que passou a ocupar nas mídias, como foi analisado, e tende a confirmar a hipótese sobre a efetividade deste fenômeno no caso brasileiro, a partir da análise do jornal Folha de São Paulo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bourdieu, P. **O poder simbólico**. Bertrand, 1989.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

Cross, R.L., Parker, A. AND Borgatti, S.P. **A birds-eye view: Using social network analysis to improve knowledge creation and sharing**. Knowledge Directions, 2000.

FIERA, L. **Jornalismo econômico e os lobos das finanças** Grupo Folha e o Governo Lula. Florianópolis: Insular, 2018.

FONSECA, F. **O consenso forjado A grande imprensa e a formação da Agenda Ultraliberal no Brasil**. São Paulo: Hucitec, 2005.

GANS, H. **Deciding What's News: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon Books, 1979

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

_____. **O enigma do capital e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

LAGE, N. **Linguagem Jornalística**. 7 ed. São Paulo: Ática, 2003.

LIMA, V. **Mídia: Teoria e Política**. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

MCCHESENEY, R. W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, D (org.). **Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização, cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MIGUEL, L. F. Os meios comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, p. 155-184, 2002.

Morais, D. Mídia e globalização neoliberal. **Revista Contraponto**, UFF, n. 7, p. 7-22, 2002.

_____. **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro, Record, 2003.

Paulani, L. M. **Modernidade e Discurso Econômico**. São Paulo: Boitempo, 2005.

PULITI, Paula. **A financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002)**. 2009. 314 f. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SIGAL, L. **Reporters and officials: the organization and politics of newsmaking**. Lexington D. C. Heath, 1973.

SODRÉ, M. O ethos midiaticizado. In: **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SPONHOZ, L. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.

_____. Neutralizando conhecimento: como jornalistas lidam com experts. **Soc. estado**. Brasília, v. 23, n. 3, 2008.

TRAQUINA, N. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

FRAMING DA TAXA SELIC E VOZES JORNALÍSTICAS: CONSTRUTOS SIMBÓLICOS SIGNIFICATIVOS

Lara Francielly Santos Tavares

Conforme Mc Combs e Shaw (2000) o jornalismo tem potencial para direcionar a opinião pública em relação a determinado assunto. A teoria da *Agenda Setting* demonstra que a mídia tende a agendar não somente sobre o quê os leitores devem pensar, sobre também o “valor” que o assunto tem, devido a sua exposição midiática, quanto mais exposto maior a importância. Tal “valor” é evidenciado dia-a-dia na produção de notícias pelos meios de comunicação.

A mídia é uma moldura, um par de lentes pelo qual a sociedade vê refletida uma realidade construída que pode de uma forma ou de outra reordenar percepções e influenciar subjetividades, mudança de comportamento e atitudes, reformulando valores e sentidos simbólicos da informação. Dentre essas maneiras está o enquadramento da informação, pois um conteúdo pode ser apresentando e interpretado por diversos vieses e ideologias o que de fato dá um novo sentido e repercussão à informação.

A proposta deste artigo é identificar as vozes presentes no discurso econômico durante o ano de 2013 dos jornais de tiragem nacional O Globo (JOG), Folha de S. Paulo (JFSP), O Estado de S. Paulo (JESP) e Valor Econômico (JVE), além de observar o enquadramento dado às notícias relacionadas à taxa Selic, bem como sua variação. O intuito é verificar a quem a mídia dá voz, o que veicula e como se posiciona acerca das variações da taxa que direciona o mercado financeiro privado e público no Brasil. Sendo assim, ressaltamos a problemática: Os veículos de comunicação utilizam de estratégias de comunicação na política econômica para direcionar o leitor a um posicionamento em detrimento de outro sobre uma mesma informação?.

Pensar que a sociedade da informação, que os meios de comunicação, os jornais e jornalistas tratam a notícia com parcialidade e objetivismo, assim como as teorias clássicas de Comunicação e Jornalismo institui é uma visão simplória e arbitrária uma vez que se deve considerar a construção de sentidos da realidade, os valores e verdades impostas. A notícia é um fato, entretanto, isso não significa dizer que será expressa de uma só maneira com as mesmas palavras, existem as influências externas e internas dos veículos de comunicação (jogos de interesses), bem como influências subjetivas dos jornalistas sobre as informações. Isto é, por mais que a notícia se caracterize como objetiva que decai sobre a explicação dos fatos não implica em dizer que a mesma não sofre processos de produção e de recepção pelos veículos de comunicação ou pelos jornalistas.

O jornalismo não constrói a realidade social, mas constitui uma socialização desta realidade através da construção de sentidos por meio do poder simbólico. Há vieses por trás da notícia veiculada que devem ser levado em consideração ao tratarmos de como e com que finalidade tal notícia toma certo posicionamento e não outro. As conjunturas políticas, econômicas, ideolo-

gias e a informação decorrem de construções sociais tanto por parte do veículo de comunicação como dos agentes que produzem ou reproduzem a notícia (MEDITSCH, 2010).

2 O PAPEL DO JORNALISMO NA REALIDADE: A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS

A notícia advém de um gama de fatores institucionais, pessoais e sociais que são trabalhados sobre o fato ou acontecimento em questão, a notícia não tem um contexto isolado. Sendo assim, a construção da notícia é baseada em processos simbólicos, “a notícia reporta conflitos e divergências, relata acontecimentos que rompem com os fluxos esperados das coisas” (MOTTA, 2002, p. 3).

Tuchmann (2002) determina algumas ferramentas na produção de notícias que fazem parte do enquadramento dado à notícia como a escolha do ângulo da reportagem, seleção de imagens, formulação das manchetes e do *lead*²³ e a escolha dos personagens, isto é, as fontes. “Um enquadramento dominante nas primeiras” coberturas noticiosas de um evento podem ativar e propagar sentimentos e pensamentos congruentes na rede de conhecimento do indivíduo, construindo um novo esquema do evento que guiará as respostas aos estímulos futuros (ENTMAN, 2004, p. 7).

Com base neste pensamento, pode-se deduzir que o mesmo ocorre com os enquadramentos midiáticos que faz menção a este ou aquele enfoque, direciona a atenção e o debate público, na verdade, manipula sobre quem e o quê o público deve pensar. Os jornalistas estão sujeitos a “privilegiar posições ideológicas hegemônicas, reforçando a manutenção do *status quo*” (CARVALHO, 2009, p. 5). Neste contexto, se encontram as fontes/vozes utilizadas nos discursos jornalísticos. As fontes jornalísticas “são aqueles que têm algo a dizer e informar”, são “os produtores das ações sociais” no sentido de “atos e falas noticiáveis”, são “a base essencial da ação jornalística” e, sem elas, “não há notícia nem noticiário” (CHAPARRO, 1996, p. 148). Além disso, uma fonte jornalística diz respeito às pessoas que os jornalistas utilizam para dar legitimidade às informações que divulgam: uma figura política, pública, profissional, qualificada, etc. (SCHMITZ, 2011). Neste trabalho, utilizaremos a expressão “voz” ao invés de fonte.

Gutmann (2006, p. 06) defende que os jornalistas dão uma “moldura” às histórias levando em conta os constrangimentos organizacionais de seu campo social, crenças profissionais e julgamentos sobre a audiência. Criando assim, “um poder de construção da realidade” pela cultura institucionalizada denominado poder simbólico que usa de conhecimentos estabelecidos cognitivamente pela sociedade como educação, padrões de comportamento, língua e hábitos para estruturar as relações de força entre os agentes sociais mediando desta forma as relações sociais (BOURDIEU, 2010, p. 9).

A produção simbólica é para Bourdieu (2003) instrumento de dominação de uma classe já legitimada política e socialmente. Thompson (2002, p. 131) define o poder simbólico como “a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de outros e de criar acontecimentos, através da produção e transmissão de formas simbólicas”. As formas simbólicas consistem num “amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos”. Para Thompson, as formas simbólicas sustentam as relações de poder em todas as esferas sociais (THOMPSON, 1998, p. 79).

23 *Lead* consiste na explicitação de informações relativas a O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?

O poder simbólico é decorrente da produção, transmissão e recepção de mensagens, desta forma, os meios de comunicação exercem o papel de difundir tais formas simbólicas. E ainda, entende-se que a mídia detém o poder de manipular informações ou mesmo influenciar a sociedade de acordo com o que está em pauta para debate na *Agenda Setting*. O jornalismo pode influenciar manipular e pautar sobre o que a sociedade deve pensar de acordo dos temas colocados em voga pelos veículos de comunicação. O sociólogo francês Pierre Bourdieu define o poder simbólico como um poder invisível que contribui para a construção da realidade (THOMPSON, 1998). A percepção do jornalismo como produto simbólico tem incitado diversos estudos feitos por sociólogos e jornalistas que buscam discutir a relação entre mídia, a sociedade, produto simbólico e as representações sociais.

3 ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO E VOZES

O enquadramento do debate do público estabelecido pela mídia é explicado pela Teoria da *Agenda Setting*. Shaw (1979) defende que “as pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo divulgado” (SHAW, 1979, *apud* WOLF, 2003, p. 143).

A teoria do *framing* não defende que a audiência recebe passivamente as notícias, mas que o *framing* dominante (ideologia) pode limitar a informação oposta. Na verdade, o *framing* não é construído em prol somente das elites, mas para o público que se deseja atingir, desta forma “pode muito bem ser o resultado da absorção inconsciente de pressuposições acerca do mundo social no qual a notícia tem de ser embutida de modo a ser inteligível para o seu público pretendido” (HACKETT, 1993, p.121).

Tanto a *Agenda Setting* como o *framing* defendem que a mídia define sobre o que a opinião pública deve pensar, baseados nos temas enquadrados. Apesar de ambos os conceitos terem sido desenvolvidos em épocas e por autores diferentes, a relação de contribuição sobre a relação entre a mídia e a opinião pública pelas duas são bem semelhantes (GUTMANN, 2006). Scheufele (1999) distingue a comparação equivocada feita de agenda setting com análise de *framing*. Para o autor, *Agenda setting* se preocupa com a seleção e produção da notícia, a análise de *framing* se interessa para os atributos da transmissão da notícia. Traquina afirma que a relação da *agenda setting* com o *framing* condiz que ambos “sugerem que os media não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso e conseqüentemente no que pensar” (TRAQUINA, 1996, p.204- 205).

O *framing* é uma forma de como devemos pensar o tema que está em pauta na mídia, sendo o enfoque apresentado pelos meios de comunicação sobre um tema agendado. O *framing* corresponde a um enquadramento sendo caracterizado como “notícias como esquemas de processamento de informação como a construção do conteúdo jornalístico a partir de uma espécie de embalagem particular” (ENTMAN, 1993, p. 51).

Para Erving Goffman, pioneiro em pesquisas de enquadramento, o *framing* é utilizado “para caracterizar como os indivíduos compreendem e respondem às situações sociais a partir do modo com que organizam a vida cotidiana” (GUTMANN, 2006, p.8). Pois, “tendemos a perceber os eventos e situações de acordo com enquadramentos midiáticos que nos permitem responder à pergunta: ‘O que está ocorrendo aqui?’” (PORTO, 2004).

Considerando que a mídia pode influenciar o espaço público, nota-se a importância do noticiário no conteúdo jornalístico sobre as relações econômicas do país. Tal como os agentes sociais que a mídia dá voz que por sua vez influenciam na opinião pública. Os “ângulos noticiosos dados pelos jornalistas tem a capacidade de influenciar outros campos sociais e mobilizar capital simbólico, o enquadramento exerce, assim, o poder simbólico” (FIGUEIREDO, 1997). A mediação simbólica faz com que existam modos divergentes de “enxergar” esta realidade ou aquela, a notícia é um produto simbólico e como tal sofre modificações e significados diferentes a depender do contexto, do indivíduo e do campo social etc. Desta maneira, existe um enquadramento que significa dar a informação um viés, uma visão específica.

Os jornalistas atuam como manipuladores de símbolos já que produzem as notícias modificando tanto o mundo dos jornalistas como o mundo dos leitores. O enquadramento dá voz a quem o produtor da notícia reconhece como importante para o impacto que ele quer dar por meio de determinada informação. Motta (2006, p. 10) afirma que “o jornalismo toma empréstimos da ética para selecionar e apresentar a notícia, mesmo quando prega uma total suspensão de valores e juízo moral”. Desta forma, “os resultados de formação de preferências podem ser alterados não apenas através da manipulação da informação factual, mas também através do seu enquadramento” (PORTO, 2004, p. 79).

Para Porto (2004) a técnica do enquadramento é uma forma de visualizar conteúdos antes invisíveis nos estudos de Comunicação. O enfoque tradicional de pesquisas que prezam a imparcialidade e a objetividade da atividade jornalística e que despreza questões importantes e atuais como valores e ideologias que interferem diretamente no processo de produção da notícia. “A mídia constrói a realidade social através do enquadramento de imagens da realidade”. Por meio do enquadramento, os jornalistas se orientam da melhor forma de produzir uma matéria de forma que ela contribuía para os interesses que ele almeja com o impacto da informação (SCHEUFELE, 1999, p. 102).

O jornalista age como interpretador da realidade traduzindo-a para os leitores, assim como as vozes utilizadas por eles que expõem e interpretam dados conforme sua vivência e/ou intenção produzindo conteúdo simbólico. As vozes podem influenciar o impacto sobre as pessoas. Uma vez que, é essencial uma notícia ou reportagem ter uma figura (pessoa) legitimada para falar sobre o assunto, seja por conhecimento intelectual, artístico, científico ou mesmo por ter participado de algo ocorrido como testemunha. Cabe neste trabalho deixar explícito o que pode confundir a interpretação dos leitores que enquadramento não é o mesmo que um tema, ele se atenta a ênfase, exclusão, interpretação e inclusão de um fato em detrimento de outro (D’ANGELO *et al*, 2005).

Isto significa que ao escrever o jornalista e suas vozes preferem alguns temas em detrimento de outros, o que é explicado pelo processo de seleção, inclusão e exclusão da produção da informação. O enquadramento estuda justamente esta lógica porque este ou aquele enquadramento foi preferido? Este é socialmente mais relevante? Por quais interesses favorece este ou aquele agente social? Porque abordar este viés da notícia em vez daquele?.

Nota-se a importância do subjetivo para a construção de conhecimento inclusive para o jornalismo ao divulgar informações mesmo que para isso se ultraje teorias históricas como a objetividade e imparcialidade. Dar maior ou menor visibilidade a determinado assunto pode pautá-lo como importante ou não para a opinião pública, pois se uma notícia não é mostrada na mídia ou tem pouca visibilidade ou informações esta deixa de ter importância tornando-se irrelevante.

A mídia é responsável por construir essa realidade e direcionar o leitor a ver o que está implícito no discurso noticioso. Segundo Lage (2003, p. 378), o público, mesmo o mais instruído, é incapaz de perceber “o jogo de interesses por detrás das notícias”. O jogo de palavras e as ideologias que podem estar implícitas nos discursos noticiosos podem ser analisados pela análise de conteúdo que é uma técnica de investigação com base numa descrição sistemática e quantitativa do conteúdo de comunicação que objetiva compreender e sistematizar o material empírico.

Segundo Lago e Benetti (2008) o discurso pode ser compreendido como um histórico dos enquadramentos sociais e históricos. É ingênuo desconsiderar o contexto de produção de sentidos já que o homem (agente social) é afetado pela sua ideologia, cultura, língua e imaginário, ou seja, seu *habitus*. No estudo dos sentidos existem duas camadas presentes no texto uma visível e outra invisível. A visível é a camada discursiva e a invisível é a camada ideológica.

O sociólogo Granovetter preocupou-se em identificar as transformações na sociedade com base na produção, distribuição e consumo dos agentes sociais. Para o autor, pelo comportamento dos agentes sociais podem-se compreender os papéis exercidos por eles nas instituições econômicas. Não é somente a escolha racional que faz com que as ações econômicas, no caso desta pesquisa, as reuniões do Comitê de Política Monetária (Copom) determinem a taxa Selic, mas também os costumes, os hábitos, normas e agentes sociais que compõem o jogo de interesse presente na instituição. “Não é uma escolha mecânica e automática”. Ao falar sobre a teoria social o sociólogo defende que os comportamentos e as instituições são afetados pelas relações sociais. No conceito de imersão: “os comportamentos e as instituições a serem analisados são tão compelidos pelas contínuas relações sociais que interpretá-los como sendo elementos independentes representa um grave mal entendido” (GRANOVETTER, 2007, p.3).

Para autor supracitado, não existem distinção entre as relações sociais e as instituições, isto é, um sempre afeta ao outro. As relações e ações são mantidas pelos jogos de interesses que há nas duas esferas. Granovetter (2007, p.3) chega a argumentar ainda que “a vida econômica está submersa nas relações sociais”, na esfera econômica as transações não são motivadas somente pelos interesses econômicos, de lucro, de consumo, mas também em interesses culturais e sociais.

Traquina (1996), por sua vez, postula que os efeitos da mídia não são limitados e sim “poderosos”. Os meios de comunicação de massa são essenciais na teoria do agendamento. Nota-se que a *Agenda Setting* ocorre de formas diferenciadas a depender do veículo, provocando modalidades diferentes de agendamento temático. E às vezes, um veículo provoca determinado efeito que outro com o mesmo tema agendado não provoca. E ainda, alguns podem não cobrir determinados temas ou fazer uma cobertura modesta ou marginalizada. O autor explica que “o estudo da capacidade diferencial de agenda dos vários *massmedia* permite articular também qualidades de influências diferentes” (WOLF, 2003, p. 151).

As vozes que fazem parte dos conteúdos midiáticos são imprescindíveis para a interpretação dos enquadramentos midiáticos, pois a prática jornalística não existe sem os sujeitos que estão envolvidos nas informações veiculadas. A mídia age desta forma, por meio dos enquadramentos que dá às notícias e as vozes que possuem destaque nas mesmas. Colling corrobora afirmando que “além de estabelecer esta agenda do público, os meios de comunicação também teriam o poder de nos dizer como devemos pensar os temas existentes da mídia” (COLLING, 2001, p. 114).

3.1 VOZES NO JORNALISMO: MAIS DO QUE FONTES

Há algumas ferramentas cognitivas utilizadas na produção das matérias; a escolha do ângulo da reportagem – *framing* ou enquadramento –, a seleção de imagens, a formulação das manchetes e do *lead* e a escolha dos personagens, isto é, das vozes. Do mesmo modo que os enquadramentos midiáticos privilegiam um ou outro enfoque e, assim, tendem a direcionar a atenção e o debate público, as vozes escolhidas e presentes nas matérias também tendem a reforçar os direcionamentos. Os jornalistas não trabalham como indivíduos totalmente autônomos. Em maior ou menor medida, eles dão molduras às suas histórias e narrativas tendo em conta os constrangimentos e os incentivos de dentro e de fora das suas organizações, as crenças profissionais do seu campo e os julgamentos ou indicadores de audiência (BOURDIEU, 1997; TUCHMAN, 2002; GUTMANN, 2006; MARCHETTI, 2008).

As vozes observadas nas matérias no *corpus* empírico desta pesquisa estão agrupadas em categorias – economistas, professores, diretores, especialistas, etc.

O jornalismo é uma prática que tem como referência normas, ideologias e códigos profissionais assim como a formação cultural e as relações sociais e organizacionais dos seus praticantes. Da mesma forma que essas referências são levadas em conta, explícita ou implicitamente, ao se fabricar as matérias, elas são consideradas ao se escolher as vozes. Neste sentido, em grande medida, as vozes utilizadas são levadas em consideração para legitimar a matéria e sua finalidade, pois disputas e alianças entre os mais diversos grupos sociais, não raramente, estão nas entrelinhas das matérias publicadas. “A maioria das informações jornalísticas é plural, emana de vários tipos de fontes [vozes], que o jornalista utiliza com o propósito de reforçar ou confirmar a verdade no relato dos fatos” (SCHMITZ, 2011, p. 23). Mas é preciso considerar que as diferentes vozes não têm a mesma importância e influência.

Diversos fatores podem determinar a influência ou legitimidade de uma voz: formação acadêmica, credibilidade reconhecida, especialidade profissional ou de expert, notoriedade, dentre outros (CHARAUDEAU, 2007). Além disso, as diferentes vozes não ocorrem com a mesma frequência nas matérias jornalísticas.

A escolha da voz é estratégica na construção da matéria. O campo jornalístico assim como as instituições e os demais campos sociais é regido por relações de poder e de interesses que procuram ter e que têm influência no que pode ou deve ser pautado pela mídia. Por exemplo, uma entrevista pode ser uma oportunidade para uma voz se defender, expor suas intenções e reivindicar algo (CHARAUDEAU, 2007).

Para o jornalista, do ponto de vista deontológico, as vozes são essenciais na apuração e na produção das matérias, pois propiciam maior conhecimento dos assuntos que abordam e dão maior confiabilidade para o leitor. Mas há uma dimensão política na atividade jornalística e implícita ou explicitamente as vozes são escolhidas em função de vários constrangimentos e incentivos inerentes a atividade de produzir as matérias – tempo, relações sociais, possibilidade de agregar valor às matérias, etc.

4 CATEGORIZAÇÃO METODOLÓGICA: VOZES, VARIAÇÃO E *FRAMING* DA SELIC

Este trabalho pretendeu verificar durante o ano de 2013 como o segmento da mídia econômica dos jornais impressos Folha de S. Paulo (JFSP), O Estado de S. Paulo (JESP), Valor Econômico (JVE) e O Globo (JOG) se posicionam por meio de estratégias de comunicação sobre as ações econômicas do governo no que concerne às reuniões periódicas do Copom que define a taxa Selic.

Partindo do pressuposto de que a notícia tem a função social de informar a sociedade e mais do que isto influencia e opina sobre os acontecimentos que divulga, buscou-se analisar as seguintes categorias: vozes (agentes sociais que ganham “voz” nos discursos noticiosos); variação da taxa Selic e análise de *framing*.

O estudo fez um recorte nas editorias de economia dos quatro jornais de circulação nacional que possuem número significativo de tiragem diária de exemplares para analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos veículos no que se refere à taxa Selic.

Em relação às categorias de voz basicamente seguimos os preceitos de Bardin (2009) para a construção de categorias para análise de conteúdo categórica. Primeiro, fizemos uma “leitura flutuante” de todas as matérias observando cada uma das vozes e anotando uma por uma, repetidamente. Conforme Bardin, a categorização “é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo (analogia) critérios previamente definidos” (Bardin, 2009, p. 147). Sendo assim, observamos todas as vozes possíveis anotadas e as agrupamos, formando dez categorias de vozes, como apresentamos no quadro abaixo.

Quadro 1 – Categorias de Vozes

Categoria	Definição da categoria
Ata do COPOM	Documento governamental utilizado para divulgar oficialmente o conteúdo das reuniões que definem a Selic e, conseqüentemente, sua variação ou manutenção, inclusive avaliações divulgadas pelo Banco Central.
Autoridades políticas	Pessoas que possuem cargos políticos como ministros, senadores, governadores e prefeitos.
Corretoras e Gestoras	Empresas privadas que realizam transações financeiras na bolsa de valores ou que realizam consultorias sobre tais transações. Exemplos: gestora Paineiras Investimentos, NGO Corretora, Ativa Corretora, etc.
Diretores e dirigentes	Profissionais que atuam no mercado financeiro nas mais diversas instituições como diretor ou gerente financeiro e/ou dirigente de economia, etc. Exemplos: diretor de gestão da Ativa Corretora, gestor de renda fixa da Quantitas, diretor de empréstimos do Bradesco, etc.
Economistas	Profissionais diplomados em economia. Exemplos: economista do BNP, economista-chefe do J. Safra, economista da Tendências consultoria, etc.
Especialistas	Profissionais denominados como pesquisadores, estrategistas e analistas de economia. Exemplos: analista do banco Safra, coordenador do IPC da FIPE, estrategista-chefe do WestLB Brasil, etc.
Indeterminado	Quando não havia referência nominal ou identificação da voz, mas somente uma referência secundária. Exemplos: “segundo um especialista” ou “conforme explicou um gestor”.
Presidente do Banco Central	Presidente ou ex-presidente do Banco Central do Brasil. Exemplos: Alexandre Tombini, Gustavo Loyola, etc.
Professor	Profissionais que, por mais que atuem na área como especialistas, se reportaram aos jornais com conhecimento adquirido da atividade de docência. Exemplos: professor da PUC, professor da FGV, educador financeiro, etc.
Seções do Banco Central	Diretorias, seções e departamentos usados como vozes. Exemplos: Diretoria de Políticas Econômicas do Banco Central, seção de políticas estratégicas, de políticas econômicas e de assuntos internacionais, etc.

Fonte: Dados da Pesquisa (2013).

Encontramos ao todo no corpus 419²⁴ vozes distribuídas entre os quatro jornais e as dez categorias. O dado mais geral é que, tendencialmente, o jornalismo econômico brasileiro, ao cobrir a Selic, consulta e dá mais voz a agentes sociais na seguinte ordem de grandeza.

A grade de definição de variação da Selic foi baseada nas categorias alta, manutenção, baixa da Selic e outros que caracterizou conjunturas e especulações sobre a variação da taxa. Na análise de *framing* da Selic utilizou-se das seguintes unidades de registro: positivo quando o texto remetia ao auxílio do consumo doméstico, no crescimento da economia, estímulo do capital estrangeiro, contenção da inflação e aquecimento da economia. Para o enquadramento negativo utilizou-se inflação tende a crescer, aumento dos juros, enquanto continuar subindo e

24 *Corpus* corresponde à totalidade de matérias utilizadas nesta pesquisa.

desequilíbrio econômico. As unidades de registro para o enquadramento neutro corresponderam a: só apontou o índice não comentando sua influência e não comentou sobre a alta ou baixa da Selic.

4.1 VOZ PREDOMINANTE AO MUNDO DOS RENTISTAS

Primeiro, dá mais voz a economistas, 28%, ou seja, a profissionais que se identificam como economistas em função de um diploma e de uma prática profissional, especialmente em bancos e consultoras de finanças, por exemplo, banco BNP, banco J. Safra e consultoria Tendências Consultoria. Segundo, dá mais voz a indeterminados, 21%, isto é, a agentes sociais que não são especificados pelos próprios jornalistas. Terceiro, dá mais voz a diretores e dirigentes, 19%, quer dizer, a profissionais que atuam no mercado financeiro a partir de postos de direção e comando em instituições como bancos, corretoras, fundos, etc.

Tabela 1 – Frequência das vozes

Categorias	JOG		JFSP		JESP		JVE		TOTAL	
	Abs*	Rel**	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel
Ata do Copom	04	7%	01	1%	—	—	09	6%	14	3%
Autoridades políticas	06	10%	05	4%	06	7%	—	—	17	4%
Corretoras e Gestoras	04	7%	07	6%	05	6%	17	11%	33	8%
Diretores e Dirigentes	04	7%	23	19%	15	18%	36	23%	78	19%
Economistas	08	14%	24	20%	40	48%	45	28%	117	28%
Especialista	—	—	10	8%	10	12%	18	11%	38	9%
Indeterminado	26	45%	40	35%	02	2%	19	12%	87	21%
Presidente do BC	03	5%	04	3%	01	1%	11	7%	19	4%
Professor	—	—	04	3%	05	6%	03	2%	12	3%
Seções do BC	03	5%	01	1%	—	—	—	—	04	1%
TOTAL DE VOZES	58	100%	119	100%	84	100%	158	100%	419	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013). * Número Absoluto (Abs.). ** Número Relativo (Rel.).

E dá voz a especialistas, 9%, e a corretoras e gestoras, 8%: os primeiros, quer dizer, pesquisadores, estrategistas e analistas de economia de instituições financeiras, como os bancos e de instituições de pesquisa e produção de índices de sobre as atividades econômicas e financeiras, como a FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas); as segundas significam empresas de consultoria e transações financeiras relacionadas à bolsa de valores, tais como, gestoras de fundos e corretoras. Enfim, as demais vozes aparecem bem menos.

Podemos dizer que o jornalismo de economia brasileiro ao cobrir a Selic dá voz predominantemente ao mundo dos rentistas. Por mundo dos rentistas queremos dizer “instituições financeiras e proprietários de ativos financeiros²⁵” (EPSTEIN, 2005, p. 6) e os profissionais e as organizações que administram essas instituições e esses ativos e, assim, têm sua existência social e econômica implicada nas atividades financeiras da sociedade; economistas, técnicos, gestores, analistas, investidores, aplicadores e demais profissionais de organizações como bancos, corretoras, fundos de pensão, investimento, etc. que, em conjunto estão encarregados de dirigir, planejar, emprestar, dar consultoria, produzir dados, estratégias e análises, etc. sobre aplicações, seguros, rendimentos financeiros, etc.

No JOG as vozes preponderantes foram as indeterminadas, 45%. Em seguida, as mais recorrentes foram de economistas, 14%, e autoridades políticas, 10%. Outras vozes foram menos recorrentes e duas delas não apareceram; especialistas e professores. Comparativamente, foi o jornal com mais vozes indeterminadas e o que mais deu voz aos agentes do mundo da política; autoridades políticas, 10%, como ministros, senadores, governadores e prefeitos.

No JFSP, as vozes indeterminadas também foram as mais recorrentes, 35%. E foram seguidas por economistas, 20%, e diretores e dirigentes, 19%. Houve a ocorrência, ainda que fraca, de todas as categorias de vozes; de 1% a 4%. Podemos dizer que, considerando também a ocorrência de corretoras e gestoras, 6%, e de especialistas, 8%, o jornal investiu em consultar e dar voz ao mundo dos rentistas, com grande ênfase.

E, comparativamente, podemos dizer que essa ênfase foi acentuada o extremo pelo JESP, pois os economistas tiveram um grande espaço, 48%. E foram seguidos pelos diretores e dirigentes, 18%, e pelos especialistas, 12%. Enfim, foi o jornal mais dedicado a dar voz ao mundo dos rentistas.

Por fim, o JVE apresentou maior amplitude de vozes mais presentes, mas com a mesma preponderância de vozes do mundo dos rentistas; economistas, 28%, diretores e dirigentes, 23%, corretoras e gestoras, 11%, e especialistas, 11%. As vozes indeterminadas somaram 12%.

Portanto, quando um jornal escolhe a voz de um grupo social e não escolhe a de outro, ou escolhe em uma frequência desproporcional significa que, implícita ou explicitamente, está divulgando e promovendo seletivamente as perspectivas que esse grupo tem sobre determinado assunto. Os jornais estudados divulgam as informações sobre a Selic para o público em geral. E, como demonstramos, tendencialmente dão muito mais visibilidade aos agentes do mundo dos rentistas quando o assunto é a Selic – um tipo de tomada de posição –, conforme a hipótese que seguimos. Uma das consequências disso é que tais agentes têm mais poder para promover os agendamentos e os enquadramentos do tema quando eles são discutidos no espaço público. Vale dizer, agendamentos e enquadramentos mais pertinentes a seus interesses e visões da economia e de mundo.

25 Tradução livre de “financial institutions and owners of financial assets” (EPSTEIN, 2005, p. 6).

4.2 DA VARIAÇÃO DA TAXA SELIC

Na análise da variação da taxa Selic, no jornal JOG a subcategoria alta se destacou das demais com 52% (16) matérias que ressaltaram a alta da taxa Selic, seguida de outros com 36% (11), e com 6% respectivamente baixa (6) e manutenção (6). Percebeu-se que para neste veículo houve um constante ciclo de alta da taxa durante todo o ano de 2013, e que mesmo tendo por base dados concretos, o veículo preocupa-se em emitir opiniões de técnicos e agentes sociais com experiência no assunto (economia), assim como constatado na subcategoria Outros que teve 36% do *framing*.

Tabela 2 – Variação real da Selic

	JOG		JFSP		JESP		JVE		Total	
	Abs*	Rel**	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel
Alta	16	52%	23	45%	34	43%	20	24%	93	38%
Baixa	2	6%	2	4%	4	5%	0	0	8	3%
Manutenção	2	6%	10	20%	6	7%	17	20%	35	14%
Outros	11	36%	16	31%	36	45%	47	56%	110	45%
Total	31	100%	51	100%	80	100%	84	100%	246	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013). * Número Absoluto (Abs.). ** Número Relativo (Rel.).

No jornal JFSP houve a mesma proporção da análise anterior alta com 45% (23), seguido de Outros com 31% (16), manutenção com 20% (10) e por último baixa com 4% (2). Neste veículo verificou-se que mesmo que a baixa da taxa Selic teve em 2013, este veículo noticiou menos esta informação, em relação ao jornal JOG que comentou em matérias, sendo que o JFSP só comentou em 2. A subcategoria Outros também se destacou na análise de *framing* deste veículo, sendo a segunda mais utilizada, e expressa no gênero jornalístico reportagem e notícia em sua maioria pelo veículo. Assim como expressava opiniões sobre a taxa Selic em suas publicações, o JFSP ainda noticiava a informação com objetividade e precisão sobre informações novas sobre a Selic.

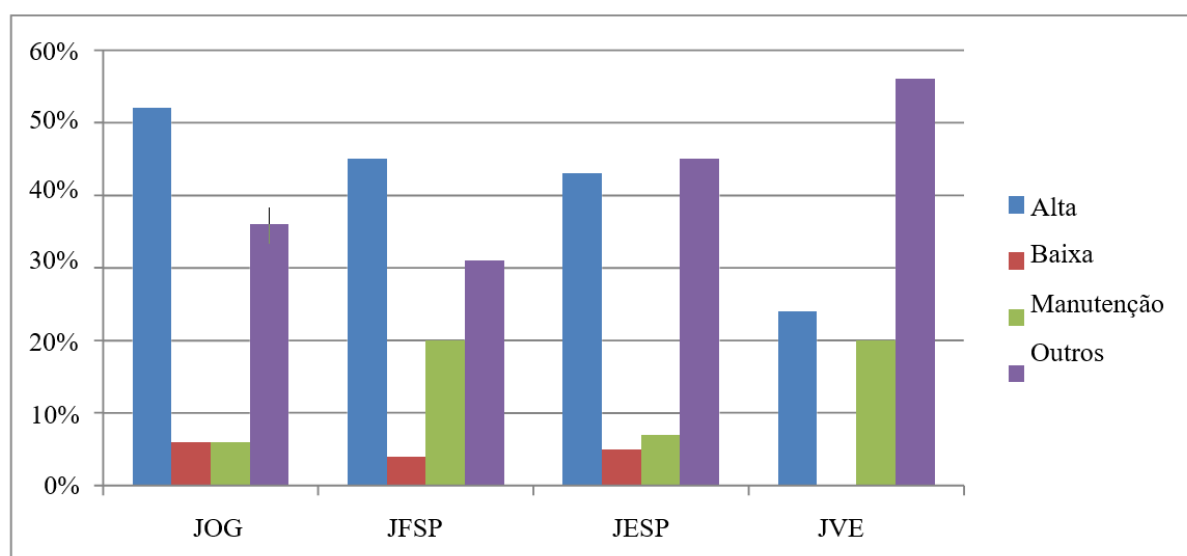
No JESP a subcategoria Outros representou 45% (36) de matérias, a alta com 43% (34), manutenção com 7% (6) e baixa com 5% (4). Outros teve maior expressividade do que a própria informação concreta, isto é, o veículo teve maior preocupação em fazer conjunturas e suposições por meio das vozes presentes nos discursos sobre a Selic. Antes da reunião do Copom, o jornal teve maior incidência de notícias sobre a Selic. No dia posterior ao anunciado da reunião, pouco se fala sobre a taxa. Somente aponta o índice da taxa, se houve alteração ou não. Para isso, o veículo usa da reportagem e do artigo para fazer suposições e conjunturas sobre a alteração da taxa.

No JVE, a subcategoria Outros teve maior representatividade, de 84 matérias teve 47 delas, ou seja, 56% das matérias, sendo que a segunda, a alta, teve 24% (20), manutenção com 20% (17) e baixa que não teve noticiabilidade no jornal. Os jornais JVE e JESP privilegiam as vozes de técnicos e especialistas para emitirem opinião a respeito da taxa Selic, e ambos os veículos noticiam mais informações sobre a Selic antes das reuniões do Copom, após a divulgação da

ata do Copom, também existem matérias informando sobre os índices e no JVE houve a preocupação em não só informar sobre os índices, mas também em discuti-los, o que foi constatado na categoria gênero jornalísticos, em que o jornal utiliza o artigo, gênero usado para expressar opiniões sobre determinado assunto.

De modo geral, Outros, caracterizado por conjunturas e especulações, se sobressaiu dos outros veículos com 45%, seguido de alta com 38% e manutenção com 14% e a baixa teve 3%. Com base nestes dados, pode-se ter um panorama sobre a economia do país, no que diz respeito à variação da taxa Selic.

Gráfico 1 – Comparativo da variação da Selic



Fonte: Dados da Pesquisa (2013).

Percebeu-se que os jornais preocupam-se não somente em informar acerca da variação técnica da taxa Selic, mas também em fazer conjunturas e especulações com base em especialistas sobre as possíveis variações da taxa e como elas podem afetar a economia nacional, assim como caracterizado pelas unidades de registro das categorias de análise.

4.3 JORNAIS APONTAM ENQUADRAMENTO POSITIVO, MESMO COM ALTA DA SELIC

A análise do enquadramento da Selic noticiado pelos jornais quanto ao reflexo no mercado financeiro se positivo, negativo ou neutro apurou que o JOG teve 61% (19) matérias que fizeram alusão positiva; negativa com 26% (8) e que não houve a alteração com 13% (4), ou seja, neutra.

Tabela 3 – Enquadramento: análise de *framing*

	JOG		JFSP		JESP		JVE		Total	
	Abs*	Rel**	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel	Abs	Rel
Manutenção	4	13%	7	14%	10	13%	10	12%	31	13%
Positivo	19	61%	33	65%	37	46%	49	58%	138	56%
Negativo	8	26%	11	21%	33	41%	25	30%	77	31 %
Total	31	100%	51	100%	80	100%	84	100%	246	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013). * Número Absoluto (Abs.). ** Número Relativo (Rel.).

No JOG notou-se que se justifica o pouco número de publicações sobre a Selic, 31 no total em um ano, devido ao fato de que o veículo só publica informações sobre a taxa, antes ou depois as reuniões do Copom e em alguns casos, fora da data que antecede ou é posterior à ata do Copom. O jornal não mantém uma continuidade de publicações sobre a taxa Selic no decorrer de cada mês. Foi observado ainda que o veículo possui enquadramento positivo em sua maioria e que tal enquadramento foi em sua maioria após a divulgação da ata do Copom, isto é, no dia posterior à reunião do Banco Central.

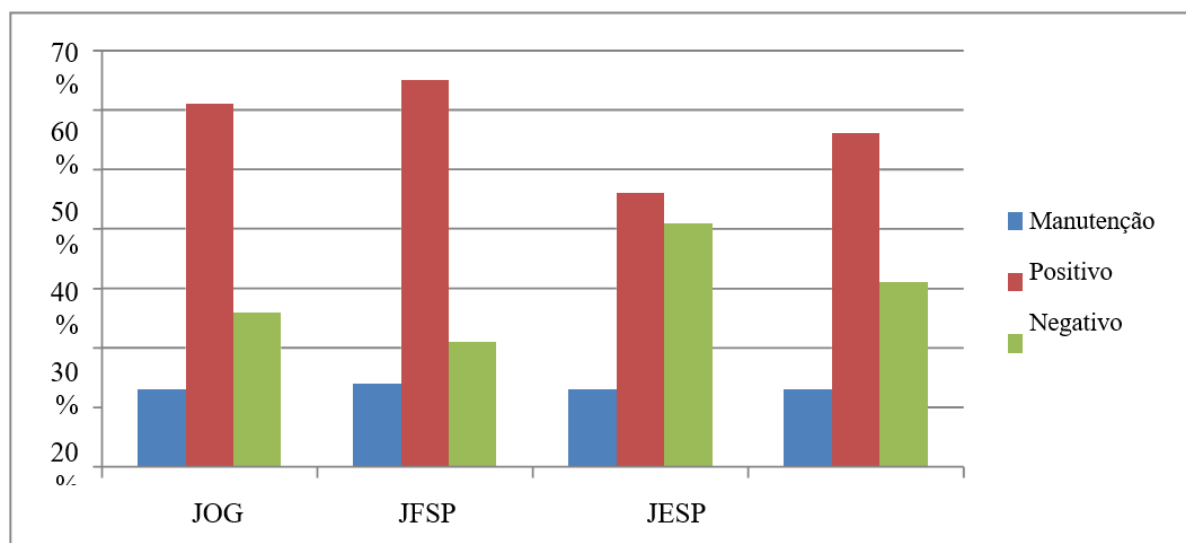
Já o JFSP teve maior enquadramento positivo em relação ao tema principal com 65% (33), negativo com 21% (11) e manutenção com 14% (7). Constatou-se que diferente de JOG o JFSP preocupou-se em publicar informação sobre a Selic tanto um dia antes quanto no dia subsequente a reunião do Copom, houve casos que havia mais de uma publicação no mesmo dia anterior ou posterior a reunião. Assim como JOG houve mais menções positivas ao tema principal sobre a influência positiva da Selic após as reuniões.

Sobre o JESP foi o veículo que mais se aproximou o positivo e negativo respectivamente com 46% (37) e 41% (33) e manutenção teve 13% (10). Foi o veículo que demonstrou mais parcialidade em relação às publicações sobre a taxa Selic que teve oscilações para mais e para menos durante todo o ano. Da mesma maneira que os demais veículos já analisados, o JESP possui maior recorrência de enquadramentos positivos após a reunião do Copom.

No jornal JVE a maioria dos enquadramentos foram positivos com 58% (49), seguido do negativo com 30% (25) e manutenção com 12% (10). Constatou-se que os quatro veículos de comunicação estudados tiveram como predominante o enquadramento positivo sobre as variações da Selic em relação a outros indicadores e temáticas econômicas em 2013.

O Valor chamou a atenção na análise, pois teve 58% das publicações enquadradas positivamente. Um dado interessante que teve destaque no Valor Econômico foi à ausência de publicação de matérias tanto antes quanto após a reunião que teve em 28.08.2013 o que chamou a atenção dos pesquisadores, já que foi o veículo que mais teve publicações, um total de 84, durante todo o ano e que em sua maioria como categorizado no tema principal teve a Selic como principal assunto.

Gráfico 2 – Comparativo framing Selic



Fonte: Dados da Pesquisa (2013).

De modo geral, a variação da Selic foi caracterizada pelo veículo como positivo já que em 56% das matérias faziam alusão aos pontos positivos. Com 31% apontaram o caráter negativo da variação e em 13% constavam sobre a manutenção da taxa.

O período de análise da pesquisa em 2013 verificou que foram realizadas oito reuniões do Copom nos meses de janeiro, março, abril, maio, julho, agosto, outubro e novembro sendo divulgadas pelo Banco Central as respectivas taxas Selic: 7,12; 7,16; 7,40; 7,90; 8,40; 8,90; 9,40 e 9,90. Tendo assim uma variação de 2,78 percentual durante todo o ano. Uma revelação feita pela pesquisa foi que mesmo com as sucessivas altas da Selic durante o ano, os veículos de comunicação reportaram que tal variação teve valor positivo para a economia do país.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise das vozes, da variação da taxa Selic e do *framing* observou-se que o jornalismo de economia brasileiro reflete em seus discursos a hegemonia de suas ideologias e dos agentes sociais – vozes – que sustentam o posicionamento do veículo na publicação de notícias e reportagens ao cobrir a Selic.

A voz predominante foi dos rentistas, isto é, de instituições financeiras, funcionários dotados de capacidade técnica de tais instituições e proprietários de ativos no mercado econômico como economistas, técnicos, gestores, analistas, investidores, aplicadores e demais profissionais de organizações como bancos, corretoras, fundos de pensão, investimento, etc. que, em conjunto, estão encarregados de dirigir, planejar, emprestar, dar consultoria, produzir dados, estratégias e análises, etc. sobre aplicações, seguros, rendimentos financeiros, etc.

Percebeu-se que os jornais se preocupam em mais do que somente apresentar a variação real da taxa Selic após a divulgação pelo Copom, mas também, em fazer especulações e conjunturas com base em especialistas sobre a variação. Convém destacar que, com a proximidade

da divulgação da taxa Selic verificou-se um aumento de matérias nas editorias de economia de todos os jornais. Fato que se explica devido à importância da taxa básica de juros para a economia nacional que pode afetar negativamente ou de forma positiva.

Considerando o discurso no mercado econômico, Couto e Meurer (2017) defendem que a Selic estabelece a inflação e as medidas políticas no país, sua especulação, as metas. As pressões inflacionárias são combatidas com a mudança na Selic. A variação, no caso deste estudo a alta, é reflexo de um período de estabilidade econômica. Para os autores, a alta da Selic interrompeu um ciclo de queda vivenciado nos anos anteriores devido a momentos de crise no Brasil como em 2008. Em 2013, a política econômica elevou a Selic a fim de ajustar a política monetária e valorização cambial. Assim, a alta da taxa básica de juros somada à insenção da política fiscal que ocorreu no período de estudo desta pesquisa significou um avanço na economia nacional que visa impulsionar o crescimento econômico face ao aumento da inflação (PAULA; PIRES, 2017).

As sucessivas altas da Selic durante a ano foi um fato observado como positivo por meio do discurso das vozes e conforme noticiado pelos veículos de comunicação, agregando valor positivo para a economia brasileira. Uma relação de força entre as vozes dos discursos jornalísticos e a variação real da taxa Selic, pois mesmo com o aumento da taxa que acarretou o aumento de juros no sistema monetário no Brasil, os valores e ideologias, o capital simbólico, do “mundo rentista” – vozes que possuem prestígio social e reconhecimento – defende que não, que a alta tem efeitos positivos para o mercado financeiro.

Grun (2005) opina que os financiadores são conscientes do impacto das notícias na agenda que envolva o funcionamento da economia e do mercado nacional. Assim, estes mantêm uma relação próxima de aliança com jornalistas. “A opinião majoritária das elites tradicionais” interferem diretamente nos discursos econômicos reproduzidos pela mídia de economia em todo o país, já que os veículos de comunicação possuem legitimidade para disseminar informações (ORTIZ, 1994, p.147). Ortiz já apontou “a importância dos grupos, tanto como agentes privilegiados das operações econômicas em esfera global, quanto por sua influência ou potencial de influência direta e indireta sobre as políticas governamentais” (ORTIZ, 1994, p.147).

No jornalismo econômico a notícia não considera somente o passado e o presente (PARK, 2008). As vozes reforçam o futuro do mercado financeiro seja por meio do conteúdo simbólico por traz da produção da notícia, seja na definição da *Agenda Setting* ou no *framing* da notícia. O interesse da notícia e o interesse de seus agentes (vozes e jornalistas) traçam significados e estabelecem valores à informação. No caso, apesar de ocorrer sucessivas altas da Selic no decorrer do ano, os jornais demonstram que é um fato positivo, a questão é para quem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2009.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Bertrand Brasil, 2010.

_____. O mercado dos bens simbólicos. In: **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva: 2003.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1997.

CARVALHO, C. A. Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. **Contemporânea: revista de comunicação e cultura**, v. 7, n. 2, 2009.

CHAPARRO, M. C. Jornalismo na fonte. In: DINES, A. MALIN, M. (Org.). **Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília: Banco do Brasil, 1996.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

COLLING, L. Agenda-setting e o framing: reafirmando os efeitos limitados. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, n. 14, 2001.

COUTO, S. V. V.; MEURER, R. Os impactos da política monetária na taxa de câmbio no Brasil: identificação via heterocedasticidade. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 21, n. 2, 2017.

D'ANGELO, P; CALDERONE, M; TERRITOLA, A. Strategy and issue framing: an exploratory analysis of topics and frames in campaign 2004 print news. **Atlantic Journal of Communication**, Madison, v. 13, n. 4, p. 199–219, 2005.

ENTMAN, R. Cascading activation: contesting the White House's frame after 9/11. **Political Communication**, v. 20, n. 4, p. 415-432, 2004.

EPSTEIN, G. A. Introduction: financialization and the world economy. In: **Financialization and the World Economy**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2005.

FIGUEIREDO, R. **Mídia e eleições: um estudo de caso sobre o noticiário da campanha presidencial de 1994**. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de São Carlos, 1997.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **Stanford University RAE**, v. 6, n. 1, 2007.

GRUN, R. Convergência das elites e inovações financeiras: a governança corporativa no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, n. 58, pp. 139- 161, jun 2005.

GOFFMAN, E. **Frame Analysis: an essay on the organization of experience**. NY: Harper, 1974.

GUTMANN, J. F. Quadros narrativos pautados pela mídia: *framing* como segundo nível do agenda-setting?. **Revista Contemporânea**, v. 4, n., p. 25-5, 2006.

HACKETT, R. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo, Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

_____. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LAGO, C; BENETTI, M (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCHETTI, D. El análisis sociológico de la producción de información Mediática. **Comunicación y Medios**, n. 18, 2008.

MCCOMBS, M; SHAW, D. A função de agendamento dos media. In: TRAQUINA, N. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Lisboa: Ed. Minerva, 2000.

MOTTA, L. G. **O Trabalho Simbólico da Notícia**. Trabalho submetido ao GT “Comunicação e Cultura”. XII Reunião Anual da COMPOS - Recife, Pernambuco – Junho, 2002.

_____. **Narratológicas – Teoria e análise da narrativa**. Brasília. Ed. Casa das Musas, 2006.

PAULA, L. F; PIRES, M. Crise e perspectivas para a economia brasileira. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 89, p. 125-144, 2017.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: Rubim, Antônio Albino C. (org.) **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: EDUFBA, 2004.

SCHEUFELE, D. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, v. 49, n. 1, p. 103-122, 1999.

SCHMITZ, A. A. **Classificação das fontes de notícias**. 2011. Disponível em: >> <http://bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldoclassificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>, <<. Acesso em abr. 2020.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

_____. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N. O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo. In: **Revista Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Cosmos, números 21/22, 1996.

TRISTÃO, M. B.; SANGLARD, F. N. A produção de sentidos no jornalismo: os modelos pelo mundo e a cobertura da criminalidade no complexo da Maré no Rio. **Revista EPOS**, v. 5, n. 2, p. 0-0, 2014.

TUCHMAN, G. As notícias como uma realidade construída. In: PISSARA, J. E (org.). **Comunicação e Sociedade – os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 7ª edição. Lisboa: Presença, 2003.

“OUTSIDERS”, “INSIDERS” OU “AMBOS”: A PRESSÃO PERFORMATIVA DOS JORNALISTAS E ECONOMISTAS SOBRE A TAXA BÁSICA DE JUROS (SELIC)

Márcio Rogério Silva

A taxa básica de juros SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia), definida pelo Banco Central do Brasil (BCB), é estabelecida de maneira a dar referência ao mercado do quanto será pago de juros para os títulos da dívida pública do país.

Quem define a SELIC é o Comitê de Política Monetária (Copom) do BCB, formado pelo seu presidente e diretores, ocorrendo reuniões a cada 45 dias. Uma vez definida a taxa, o BCB atua diariamente na compra e venda de títulos públicos federais de maneira a manter as taxas de juros próximas ao valor definido na reunião. Sobre o uso de informações fornecidas pelas instituições financeiras, o próprio Copom (2020) define:

Os membros do Copom assistem às apresentações técnicas do corpo funcional do BC, que tratam da evolução e perspectivas das economias brasileira e mundial, das condições de liquidez e do comportamento dos mercados. Assim, o Comitê utiliza um amplo conjunto de informações para embasar sua decisão. Depois, a reunião é reservada para a discussão da decisão entre os membros. A decisão é tomada com base na avaliação do cenário macroeconômico e os principais riscos a ele associados (COPOM, 2020).

Segundo Perdomo e Botelho (2007), instituições são classificadas de acordo com os erros nas projeções realizadas e o BCB divulga as cinco instituições que mais se aproximaram do valor real, através do *Ranking Top 5*. Este processo funcionaria, ao menos em tese, como incentivo para as instituições em fornecer a melhor previsão possível e, com isso, figurar entre as instituições que mais acertam as projeções com resultados efetivos em termos de prestígio e publicidade, angariando novos clientes e visibilidade. Mas, para além disso, este pode ser um dos canais de disputas performativas, como veremos.

Além do *ranking* FOCUS do BCB, as instituições financeiras, representadas pelos seus economistas-chefe, valem-se dos jornalistas econômicos para tornarem públicas suas concordâncias, discordâncias e projeções sobre as tomadas de decisão em política econômica e monetária. Segundo Bourdieu (2007), o jornalismo sobre economia se institucionalizou de tal maneira que

se trata de uma prática de produção simbólica, participando das lutas simbólicas que visam dar sentido às práticas e discursos, mas a *publicização* não seria simétrica.

Sobre esse tema, Undurraga e Pedroso Neto (2019) defendem que os jornalistas dominantes no jornalismo econômico brasileiro têm vínculos de confiança, reciprocidade, dependência e poder, explicando a relação com a ortodoxia econômica. Em outro estudo, os autores demonstram que os jornalistas de elite, em geral, eram mais velhos e fizeram carreira em grandes veículos generalistas nacionais, ao passo que os que são um pouco mais novos fizeram carreira e estão em veículos especializados, como no jornal Valor (PEDROSO NETO; UNDURRAGA, 2018).

Este capítulo tem por objetivo demonstrar os sentidos da ação na tomada de decisão do Comitê de Política Monetária do Banco Central do Brasil (COPOM-BCB) na taxa de juros SELIC, na fronteira entre os diretores do COPOM e os jornalistas especialistas, com suas respectivas fontes. Mais especificamente, o foco é traçar uma cartografia dos sentidos da ação destes através de uma análise de seus capitais, redes de fontes e conteúdos narrativos, aferindo indícios de causa e efeito. Os economistas-chefe de bancos e corretoras realizam projeções e pressões sobre as decisões do COPOM, em que vários jornalistas tornam públicas citações das opiniões desses economistas (chamados por eles de economistas de mercado).

No que tange à análise do sentido da ação de economistas, vários trabalhos no campo da sociologia, ciência política, administração e economia têm buscado uma maior compreensão dos sentidos da ação relacional das relações em política econômica e monetária. Dentre estes trabalhos, destacam-se os de Lebaron (2008); Loureiro (2006); Adolph (2013); Perissinoto et al (2017); Klüger (2017); Silva e Grun (2019); Holmes (2018) ; Beckert e Bronk (2018); Malmédier et al (2017), Lucca e Trebbi (2011) e Carvalho et al (2013).

Lebaron (2008) propõe um campo de investigação que classificou como sociologia dos bancos centrais, com o estudo das trajetórias sociais (prosopografia) e o uso da técnica de análise de correspondência múltipla, de maneira a demonstrar categorias que poderiam ser indiciárias dos sentidos da tomada de decisão. Também na linha de análises fatoriais, desta vez com a técnica de análise de redes, Codato et al (2016) busca demonstrar como as fontes de recrutamento e os padrões de carreira dos indivíduos podem oferecer indícios de como instituições (públicas e privadas), bem como grupos (burocráticos, empresariais, acadêmicos) podem modelar preferências políticas. Na mesma linha metodológica Klüger (2017), defende a ideia de que existiria uma meritocracia de laços entre os economistas que exercem o poder no Estado. Nesse tipo de abordagem, o capital social seria fundamental para acesso aos espaços privilegiados.

Adolph (2013) investiga como os atores tomam suas posições como estratégias de carreira. Indo em direção análoga, Dezalay e Garth (2000) demonstram como economistas de países emergentes buscaram estudar nos Estados Unidos para aumentar suas possibilidades de carreira, nos setores público e privado, em seus países natais. Na economia monetária, macroeconomia e finanças foram identificados os trabalhos de Malmédier, Nagel e Yan (2017), Lucca e Trebbi (2009) e Carvalho, Cordeiro e Vargas (2013), que fazem uma análise dos comunicados dos bancos centrais, medindo o grau em que estão associados a uma linguagem mais indicativa de política monetária ou frouxa, buscando construir essa análise através de séries temporais e também medir surpresas de taxa de juros extraídas dos preços de ativos financeiros, mas dentro da própria lógica da economia *mainstream*.

Silva e Grun (2019) buscam entender os sentidos da tomada de decisão do COPOM em juros e, a partir disso, fixam cenas nas inflexões dos juros de maneira a captar tensões e desenhar o espaço social situados no tempo e no espaço. A partir daí, é feita uma combinação metodológica que envolve capitais (prosopografia e análise de correspondência múltipla), compartimentalização e descompartimentalização de redes de consolidação, estudo das narrativas (análise de conteúdo) e vínculos a objetivos de *portfólio* das instituições financeiras.

Alinhado com essa metodologia, os sentidos nativos da ação técnica foram construídos como *gramáticas de actância em política monetária* tiradas dos mundos inspirados, baseado em Boltansky e Thévenot(1999) e Silva (2017) e, a partir disso, foi feita uma análise de correlação entre capitais, objetivos de carreira e alguns elementos indicativos dos objetivos da carteira de investimentos, modulando as narrativas dos jornalistas e dos economistas que são fontes para eles. Entende-se que o capital econômico seleciona economistas para o topo da hierarquia decisória, desde que seus capitais culturais e simbólicos sejam convergentes aos processos de acúmulo de capital, ao passo que, uma vez atuando como economistas do setor público, esse papel tem outros instrumentos de controle.

Segundo Holmes (2018), os banqueiros centrais usam uma linguagem para sustentar ideias que animam o nosso futuro econômico, bem como as estruturas de sentimentos e expectativas. Uma declaração de Bernanke (2015), de que “a política monetária é de 98% conversas e apenas dois por cento de ação”, dá a noção das dimensões de sentido que os agentes dão à própria ação

Para Holmes (2018), os banqueiros centrais aplicam uma perspicácia retórica ao raciocínio matemático de alto nível e à análise quantitativa, que conferem autoridade institucional ao trabalho dos bancos centrais; eles modelam a economia e o sistema financeiro com linguagem que estabelece uma dinâmica radicalmente comunicativa e relacional no centro dos assuntos monetários. O autor reconhece a natureza performativa dos banqueiros centrais ao afirmar que, em vez dos banqueiros centrais preverem o futuro, eles criam elementos para um futuro tratável, procurando dotar o futuro discernível em termos de propensões a produzir, consumir, emprestar e tomar empréstimos.

No contexto de tantos agentes interessados nessa decisão, o próprio conceito de “independência” do BCB é objeto de disputa retórica. Para Fernandez-Albertoz (2015), os Bancos Centrais são instituições políticas inevitáveis: fazem escolhas distributivas informadas por ideias, preferências políticas e contexto político em que operam e as crises políticas, contribuindo ainda mais para a politização dessas instituições. Nesse sentido, desvelar o porquê esses agentes em geral conseguem eficácia pode contribuir para compreender mais objetivamente que percurso a concentração de renda, e a consequente desigualdade social, se constroem a partir dos conflitos distributivos e uma retórica enviesada, fortemente pautada em uma moralidade ascética que favorece a concentração de renda e a assimetria em favor da economia e finanças no sentido *mainstream*. Outro conceito importante para compreensão deste capítulo é de profecia autor-realizável²⁶, de Merton (1968), e de performatividade (MACKENZIE; MUNIESA; SIU, 2007). Para Corbett-Etchevers e Mounoud (2012), o discurso estratégico performativo é espelhado na prática, enquanto que o discurso é considerado contra performativo quando a prática ocorre menos do que o que é descrito.

26 Merton (1968) define a profecia autorrealizável como uma situação falsa ou que não pode ser verificada em sua validade, que suscita um novo comportamento e assim se repete, fazendo com que a concepção originalmente não demonstrável se torne verdadeira.

A injeção de quase um trilhão de dólares na economia estadunidense para conter os efeitos da crise de 2008, pautada pelo então presidente do FED Bernanke, o qual tinha uma trajetória monetarista, surpreendeu a todos e não gerou inflação, funcionando aqui como um exemplo contra performativo e com foco na comunicação estratégica. É nesse sentido que, o presente capítulo, trata o objeto de investigação: os agentes conhecem os gatilhos matemáticos e estatísticos por trás dos modelos, bem como a própria expectativa dos agentes na fronteira que tem interesses nas decisões. Logo, não se trata apenas de posições e tomadas de posição, os agentes imersos compartilham as regras do jogo e reconhecem que suas disposições podem ser utilizadas como dispositivos para confundir o “oponente”.

É importante ressaltar que o título já trata da ambivalência sobretudo na ação dos jornalistas: se a fonte é um elemento de prestígio conforme demonstram Undurraga e Pedroso (2019), os jornalistas contribuem para catalisar e prescrever comportamentos nos leitores que investem ou são proprietários de empreendimentos financeiros, bem como esse prestígio pode se converter em progressões de carreira de jornalistas e dos economistas-chefe, em que o jornal se torna vitrine.

2 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

A pesquisa tem como abordagem metodológica central a sociologia da capacidade crítica de Thevenot (1999), com a identificação da cena (inflexão da SELIC), disputas situacionais em torno dos juros, identificação dos mundos inspirados presente nas narrativas e construção das gramáticas de actância. Foram tomadas duas cenas: queda abrupta da SELIC, entre 2011 e 2012, e subida abrupta da SELIC, entre 2013 e 2015.

Com base na sociologia reflexiva de Bourdieu (2008), foi adotada uma combinação de métodos. Do ponto de vista da abordagem, ela é quali-quantitativa: foram usados dados nas inflexões dos juros, quantificação das frequências de citações às instituições e aos economistas-chefe no jornal e no ranking *TOP 5 Focus*, editado pelo próprio Banco Central do Brasil.

Com base nisso, foram identificados os atores (jornalistas e economistas) e feita uma propografia com seus principais capitais e redes de informação, com base na rede social *LikedIn*.

Por fim, foram utilizadas duas técnicas na análise das narrativas: análise de conteúdo com base em Bardin (2011), mais especificamente a análise de similitude²⁷ discursiva e nuvem de palavras (com base na frequência), e a análise de sentimentos, que tem por objetivo extrair informações subjetivas de linguagem natural, objetivos e sentimentos, a fim de criar um conhecimento estruturado para que possa, por exemplo, ser utilizado num sistema de apoio à tomada de decisão. Foram utilizados o *software* R Estatística, com o pacote *Syuzhet*²⁸ (análise de sentimentos) e *Iramuteq* (análise de similitude e nuvem de palavras), que rodam com base no R e Python.

27 Conforme Marchand e Ratinaud(2012), este método possibilita identificar coocorrências entre as palavras e seu resultado traz indicações da conexão entre as palavras, o que auxilia na identificação da estrutura de identificação. Além disso, foi utilizada a técnica de nuvem de palavras, uma análise lexical que agrupa as palavras em função de sua frequência.

28 *Syuzhet* é um pacote no *software* R que atua em cima da ferramenta de processamento de linguagens naturais *CoreNLP*, desenvolvimento pelo Grupo NLP da Universidade de *Stanford* (MANNING et al., 2014).

O método de coleta de dados envolveu buscas por palavras chave “Copom”, “Selic” e ambas combinadas com as palavras “economistas” e “economistas-chefe” entre os anos de 2011 e 2015, totalizando 230 reportagens integrando o total do *corpus*. As análises de conteúdo foram feitas com base no subcorpora da jornalista Ângela Bittencourt tem virtude de ser a jornalista que mais publicava, com uma coluna exclusiva sobre política monetária (“Casa das Caldeiras”), pelo fato de ser a única dos jornalistas especialistas a ter sido assessora de comunicação no Banco Central do Brasil. De um total de mais de 30 jornalistas identificados, a jornalista assinou 65 reportagens, representando 28,3% das reportagens. Para a análise de similitude das notas à imprensa por parte do Comitê de Política Monetária, foram analisadas todas as Notas à Imprensa, entre agosto de 2011 até dezembro de 2015.

3 MUNDOS INSPIRADOS E SENTIDOS NATIVOS DA AÇÃO EM POLÍTICA MONETÁRIA

Foram tomadas por referência as convenções de equivalência política monetária de Silva (2017), que vincula os discursos como “queda do PIB” ou “elevação do PIB”, “desemprego” ou “elevação do emprego”. Dentre outras oposições de leitura dos economistas-chefe no mesmo *corpora* como intencionalidades foram vinculadas aos tipos ideais: “flexibilização monetária” e “aperto monetário”, o que, por sua vez, tem vínculo com os objetivos de carteira de investimentos “de onde se fala”.

Holmes (2018) afirma que os agentes atuam em torno de tipos ideais nas ações dos bancos centrais, envolvendo as ações possíveis em política monetária e fiscal. Para o autor, a gestão de demanda fiscal keynesiana (hidráulica) e a meta de inflação monetária (estratégica e formativa) são tipos ideais da agência estatal macroeconômica. Por se tratar dos impactos financeiros na carteira de investimentos dos atores investigados, o Capital Econômico, sem dúvida, é um elemento importante como campo gravitacional que atua na atração e conversibilidade de outros Capitais, tanto para a empresa, quanto para a carreira e remuneração de jornalistas e economistas. Embora posições, disposições e laços sociais possam fazer diferença e, em alguns momentos, sobrepujar o capital econômico, são dependentes das redes de consolidação que são formadas para exercer o poder político.

Conforme Lebaron (2001), para definir um campo dos economistas, no sentido de quem são os dominantes e desafiantes, bem como discutir o grau de autonomia desse campo, ele busca colocar em primeiro plano o investimento no sentido do jogo dos agentes sociais que aí encontram uma forma de interesse ou, mais precisamente, de *illusio*. Para o autor, as fronteiras de um universo social não se reduzem às fronteiras formais ou institucionais.

As lutas no campo estariam no entorno da definição do que seria o “verdadeiro economista”, com seus atributos legítimos, qualificações e técnicas associadas à própria noção. Tanto as instâncias de formação, como diferentes pontos de contato da “profissão” e o restante do mundo social, como imprensa, mídia, publicações e colóquios públicos (LEBARON, 2001).

Para Caro (1983), desde 1870 teria se constituído um grupo de profissionais de economia em torno da teoria neoclássica, cujo trabalho consistiu em unificar, padronizar e racionalizar as práticas e os hábitos dos especialistas. Silva (2017), demonstra em sua tese como os modelos matemáticos neoclássicos, mais especificamente a teoria quantitativa da moeda, estão carrega-

dos antes de sentidos morais, se opondo as visões desdobradas da teoria do valor trabalho em Marx, contribuindo para a construção da imagem do banqueiro com uma moralidade superior mas, ao mesmo tempo, sua teoria também dá margem para seu orientado mais ilustre, Keynes, propondo a intervenção do Estado para favorecer a produção e a elevação da demanda agregada.

De maneira mais contemporânea, Krugman e Wells (2015) tratam dos consensos macroeconômicos, em que é aceita uma combinação de instrumentos entre os dois tipos ideias de ação em política econômica e monetária, mas, efetivamente, isso vai variar diante das especificidades de cada país. Alguns economistas podem defender ideias “chicaguistas” como novidade, sendo que nem mesmo os “chicaguistas” as defendam mais e isso pode ocorrer por realidades políticas e econômicas muito diversas.

É importante guardar neutralidade na análise no que tange às correntes: não se trata de entrar no próprio jogo das classificações e tomar partido delas, mas, antes, entender o sentido dado a elas, para traçar o caminho entre capitais, redes de consolidação, narrativas e intencionalidades objetivadas.

3.1 RANKING FOCUS E O TOP 5 SELIC

Uma vez apresentados alguns elementos das principais gramáticas de política monetária adotada pelos agentes, foi feita uma quantificação dos posicionamentos destes com respeito a elas, assim como a quantificação dos agentes que mais acertaram as previsões no período de flexibilização monetária (de agosto de 2011 a abril de 2013) e de aperto monetário (de maio de 2013 a dezembro de 2015), com seguinte resultado:

Tabela 1 - Ranking Top 5 entre 2011 e 2015.

Instituição	TOP 5 (08/2011 a 04/2013)	Instituição	TOP 5 (05/2013 a 12/2015)
Votorantim	10	Safra	18
Bradesco	7	Banco Original	9
Fibra	7	Bradesco	7
Fortress	6	Rosenberg	7
Medley	5	Banco Pine	6
Santander	5	BBM	5
Outros	57	Outros	18

Fonte: elaboração própria (2020).

Dentre as instituições que mais acertam, Bradesco, Fibra e Santander, por exemplo, tem muito de sua carteira de crédito ligada ao varejo, indústria ou infraestrutura e, em algum grau, uma queda nas taxas de juros poderia ser convergente aos objetivos de portfólio e ampliação da carteira. Essa leitura é reforçada pelo discurso do economista Fernando Honorato Barbosa, economista chefe do banco Bradesco, no evento do Fórum de Indústrias Automotivas em 2011:

A sinalização que o Banco Central tem emitido, a sinalização que o Ministério da Fazenda tem emitido, é que eles vão dosar os instrumentos, é uma economia... um governo mais coordenado, faz um pouco de ajuste fiscal, faz um pouco de medidas macroprudenciais, faz um pouco de juros, para tentar, com esse mix de políticas, trazer a economia um pouco mais para baixo e evitar uma inflação mais alta[...] Acho que estamos nesse caminho, esse é o ponto importante, quando a gente vê os investimentos do PAC, quando a gente vê os investimentos do setor privado anunciados, falei os eventos copa, olimpíada e pré-sal, acho que isso entrega bons frutos, e importante assim, o Brasil teve duas fases relevantes: da estabilização econômica com o governo Fernando Henrique, a distribuição de renda e melhor do consumo no governo Lula e agora é a era da infraestrutura; a gente enxerga que esse é o único caminho para preservar o crescimento e sustentar os postos de trabalho que nós vamos precisar ao longo dos próximos anos (KUTNEI, 2012).

Fica evidente a leitura positiva com respeito ao governo de Dilma por parte do segundo maior banco privado do país neste momento. Já com respeito ao Banco Fibra, o acionista majoritário é Benjamin Steinbruch, que também é acionista da CSN, MRS Logística e Transnordestina Logística (em sociedade com a estatal Valec), que era então uma obra do PAC e vários empreendimentos de Steinbruch contaram com financiamentos do BNDES.

No período de aperto monetário, a mudança das instituições que melhor preveem é significativa, com exceção do Bradesco que, por seu tamanho e subsidiárias, tem uma maior capacidade de realocação de recursos. Chama a atenção o absoluto protagonismo do Banco Safra nesse período, um banco que estava centrado muito em operações de câmbio por ter mais operações no exterior do que no Brasil, bem como uma preocupação com questões fiscais como o valor do *IOF* em operações financeiras internacionais. Esse protagonismo pode ser uma das razões pela qual Ângela Bittencourt passou a utilizá-lo como fonte absolutamente majoritária, como veremos.

Outro caso interessante é do Banco Original, pertencente ao grupo JBS. Durante o governo de Lula (2003-2010), houve um aumento vertiginoso nas operações com títulos públicos em uma engenharia monetária que direcionava boa parte desses recursos para financiar o capital produtivo e infraestrutura a juros mais baixos, como demonstrado por Jardim e Silva (2015). Na ocasião, foi feita uma aliança com os chamados “campeões nacionais”, congregando grandes construtoras, grandes empresas do setor de proteína animal e usinas sucroalcooleiras, setores estes em que o Brasil já exercia certo protagonismo em escala mundial.

Para Dobry (2014), os direitos de entrada elevados (a severidade da iniciação) e uma penalização da deserção podem contribuir para assentar a captação dos cálculos sem que se desenvolva lealdade entre os membros. Não há necessariamente um apego de ordem afetiva às finalidades, aos valores, às normas ou aos interesses setoriais.

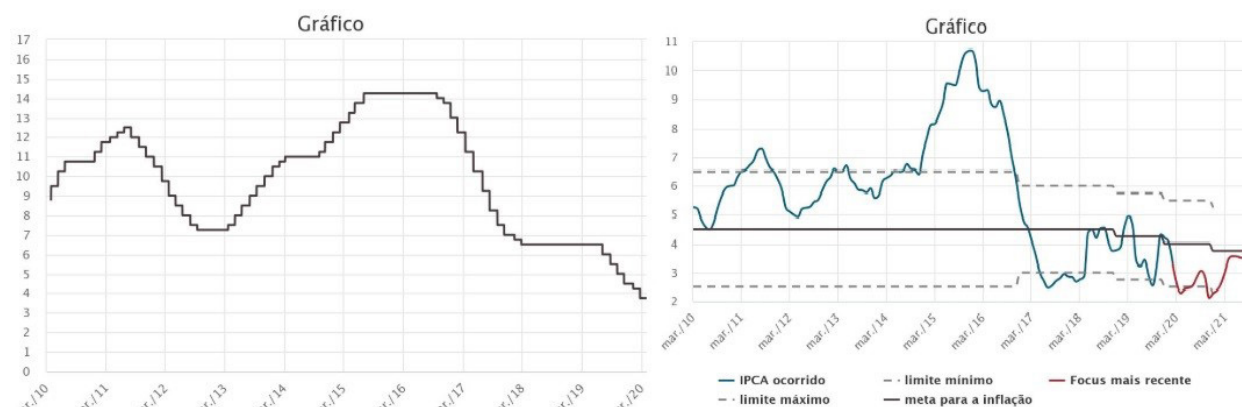
O grupo JBS se capitalizou num curto espaço de tempo, com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES) entrando como sócio. O grupo abriu capital, um banco e inclusive está passando por denúncias pela Comissão de Valores Mobiliários de uso especulativo da própria delação premiada, em denúncias de corrupção de seus sócios majoritários com o governo (OGLOBO, 2017). Há evidências, portanto, de que o processo de financeirização ocasionou a mudança de objetivos de portfólio e uma fragmentação das redes de consolidação

público-privadas formadas em torno da política econômica e monetária entre 2003 e 2015. Sobre essa questão, Dobry (2014) menciona que dessertização é abertura de espaço de confronto, com o relaxamento dos elos que nas conjunturas rotineiras estabelecem certas arenas setoriais, com uma desespecificação das pautas.

3.2 DISPUTAS SITUACIONAIS EM TORNO DOS JUROS E MUDANÇAS NO SUMÁRIO DO COPOM

Ao analisar as dimensões de sentido da ação, levando-se em conta as dimensões nativas, os números são importantes na medida em que disparam reações e narrativas, estas, por sua vez, carregadas de posicionamentos que tem sentidos morais. Diante disso, inflexões abruptas na taxa básica de juros não são comuns e ensejaram, portanto, a investigação de como os atores se posicionaram com respeito a elas e que disputas situacionais elas podem engendrar:

Gráfico 1 - Evolução da SELIC e IPCA entre 2010 e 2020.



Fonte: BCB (2020).

Em agosto de 2011, os juros SELIC começaram a cair, o que aconteceu continuamente até 2012 quando atingiu seu menor nível histórico, atingindo 7,25 % ao ano. Ao mesmo tempo, o governo mudou o perfil da emissão de títulos, reduzindo a emissão de títulos públicos SELIC, emitindo mais títulos com taxas pré-fixadas que passaram a ser adquiridos em grande medida por bancos públicos e privados, como o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Bradesco. Essa estratégia demonstrou um embate com o mercado financeiro, para reduzir a pressão para obter lucros por meio do endividamento público na especulação em cima dos títulos SELIC. Houve, por parte dos governos no período entre 2006 e 2014, uma clara estratégia de reduzir a inércia sobre os juros SELIC, Spreads Bancários e o perfil da dívida pública.

Houveram grandes embates na queda de juros, na medida em que o então economista Chefe da FEBRABAN, Rubens Sardenberg, afirmou que: *“alguém já disse que você pode levar um cavalo até a beira do rio, mas não conseguirá obrigá-lo a beber água”* (BITTENCOURT, 2012). Claramente, o presidente da FEBRABAN apresentou a intenção de não repassar a queda da SELIC para a redução dos *Spreads*. Em reação, o Ministro da Fazenda, Guido Mantega, coordenou junto aos bancos públicos a queda dos *Spreads* dos bancos públicos, forçando os

bancos privados a baixar por conta de terem perdido muito da carteira de crédito nessa concorrência. Outros embates foram publicizados, como entre Guido Mantega e Murilo Portugal, que também foi economista-chefe da FEBRABAN.

Ocorreram algumas pressões inflacionárias globais em função da seca em 2012, pressionando o preço dos alimentos, concomitante a problemas climáticos que elevaram os preços em importantes produtores como Brasil, Estados Unidos, Rússia, Ucrânia e Cazaquistão, com aumento de preços - 50% no trigo, 45% no milho, 60% na soja, em que a FAO acusou que o mercado financeiro aproveitou para fazer especulação (BBC, 2012). No mesmo ano, o próprio presidente do Banco Mundial, Yong Kim, afirma que “não podemos permitir que as altas nos preços dos alimentos em curto prazo causem consequências ruins de longo prazo para os mais pobres e vulneráveis do mundo”(REUTERS, 2012).

Os dados macroeconômicos podem ser lidos como passageiros ou, a depender do interesse de leitura contrária, enseja, em termos de política de juros e ataques especulativos, agentes do mercado financeiro enfatizando análises de que o cenário seria de longo prazo, de maneira a influenciar a leitura dos demais agentes, fazendo com que uma realidade não observável passe de fato, se configurar como uma realidade como uma profecia autorrealizável.

Silva (2017) demonstra que essa foi a tônica dos embates entre o capital produtivo e as finanças em 2005, em que o vice presidente da República, José de Alencar, pertencente ao grupo do setor industrial, pressionou junto a outros industriais, no Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES), a ampliar o Conselho Monetário Nacional (CMN) onde são definidas as metas de inflação e, por extensão, ele influenciava nos juros.

Há nas disputas uma deslegitimação dos banqueiros em relação aos industriais, em que o sócio majoritário do Itaú afirmou que, nos anos 1980, isso aconteceu e gerou inflação e também deslegitimou o conhecimento em economia por parte dos industriais. Embora não tenham conseguido mudar o CMN, conseguiram mudar o sumário do COPOM, colocando tópicos mais relacionados à flexibilização monetária, incluindo análises da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e FECOMERCIO, mudando a balança para a flexibilização monetária e políticas fiscais ativas combinadas.

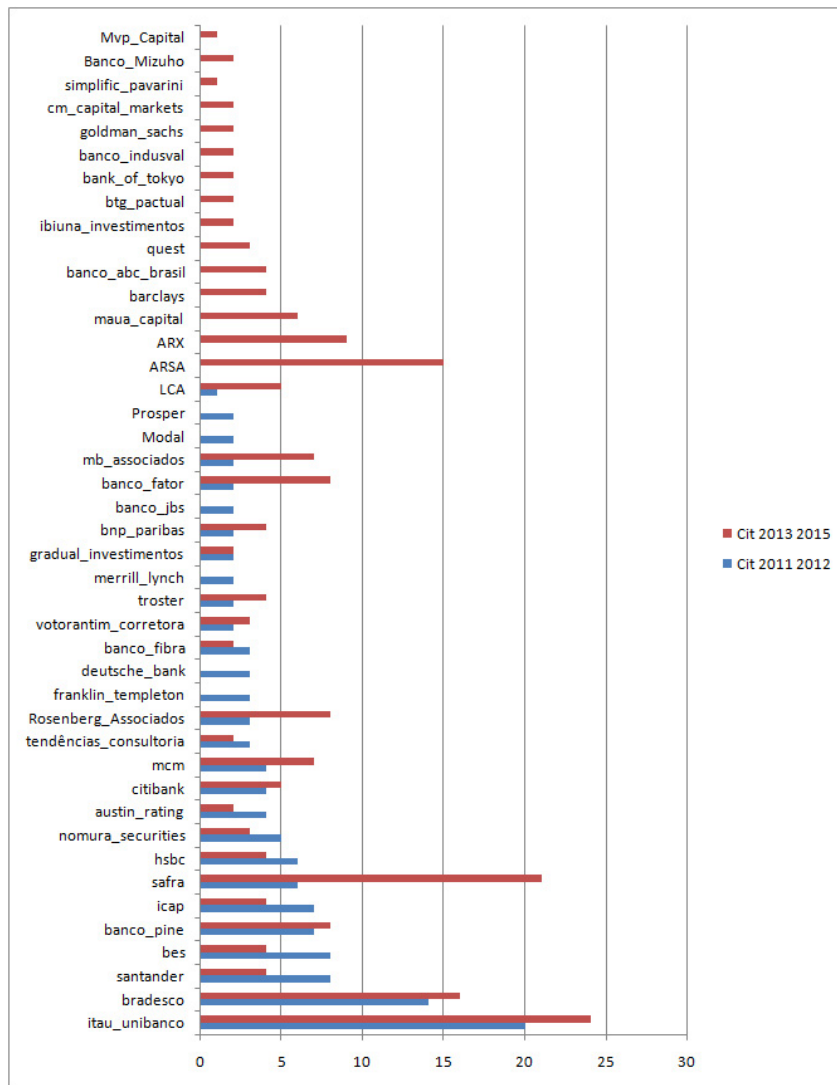
3.3 NARRATIVAS DOS JORNALISTAS ECONÔMICOS E ECONOMISTAS-CHEFE NA QUEDA E ASCENSÃO DA SELIC

Os jornalistas com maior número de publicações foram Ângela Bittencourt, Lucinda Pinto e João José Oliveira, jornalistas especialistas de carreira, sem pós-graduação e formados em jornalismo. Do outro lado, a maior parte eram jornalistas mais jovens, sendo a grande maioria formada em jornalismo na Casper Líbero e USP. A maioria destes fez reconversão de MBA em Finanças (alguns deles em especializações voltadas para jornalistas), especialmente na FIA e FGV, o que demonstra que os jornalistas mais jovens estão buscando aprender melhor a linguagem dita pelas suas fontes.

O destaque de Ângela Bittencourt está relacionado ao fato de ter sido Assessora de Comunicação no Banco Central do Brasil (2007-2010) e atualmente trabalhar na Empiricus. Os demais se destacam em geral por passagens na Agência Estado, Reuters, bancos privados, O

Globo, Globo News, Bloomberg, Gazeta Mercantil. Uma parte considerável deles já foi para outros jornais e revistas especializados em economia, com destaque para a Bloomberg, que é a grande referência em fornecimento de dados, ensejando a criação do Valor Data para concorrer com a Bloomberg. A seguir temos a frequência dos citados pela jornalista:

Gráfico 2 - Número de citações das instituições no *corpora valor* – Ângela Bittencourt.



Fonte: elaboração própria (2020).

Pelo gráfico, é possível observar que os mais citados foram os economistas chefe dos três maiores bancos do país e na segunda cena, um grande conjunto que novas corretoras e a intensificação a citação ao Banco Safra e seu economista-chefe, Carlos Kawall.

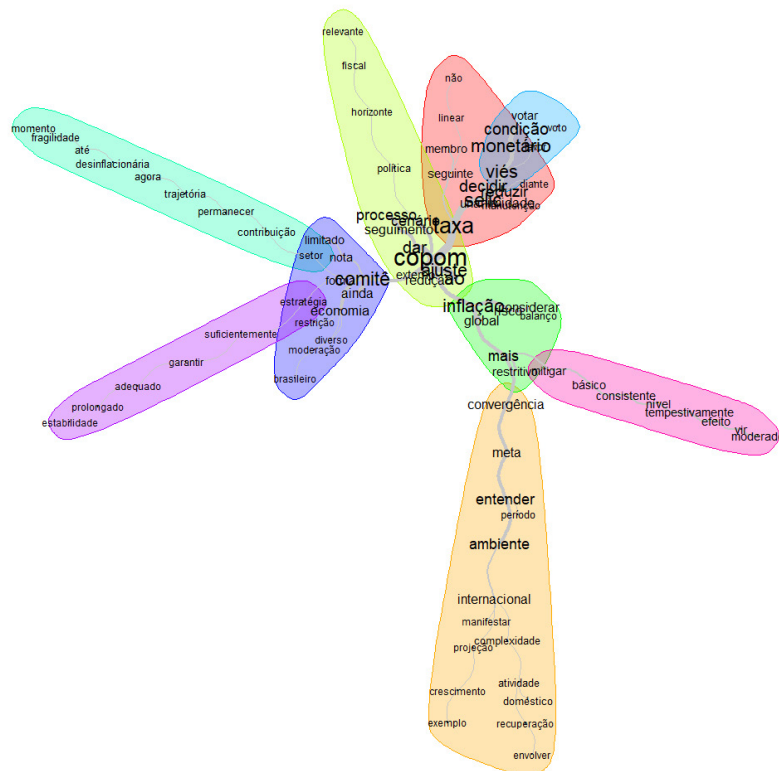
Esse economista teve experiência como pesquisador na Fundação do Desenvolvimento Administrativo (Fundap), Banespa, Cesp e Eletropaulo, foi economista-chefe do Citibank no Brasil por oito anos e economista-chefe do Safra por 9 anos, de onde saiu em 2019. Foi Secretário do Tesouro Nacional, diretor financeiro do BNDES (no primeiro governo de Lula) e da BMF Bovespa, bem como foi economista-chefe do Citibank no Brasil, além de ser graduado em economia pela USP, mestrado e doutorado em economia pela Unicamp.

O economista-chefe do Itaú, Ilan Goldfajn, fez em vários momentos, diferentemente do Bradesco, pressões contra as políticas econômica e monetária adotadas embora tenha ajustado suas análises ao que de fato o governo estava sinalizando:

O uso político de estatais, agências reguladoras e bancos públicos começou antes de Dilma se tornar presidente, assim como políticas como a tentativa de criar campeões nacionais com recursos do BNDES[...] Como resposta ao fim do *boom* mundial, o governo deu ênfase ao consumo privado e público, distribuiu subsídios, baixou os juros à força e, para impedir o estouro da inflação, reduziu as tarifas de energia elétrica, congelou os preços da gasolina e das tarifas de ônibus e interferiu no câmbio tanto para um lado quanto para o outro (desvalorização e valorização do real, dependendo do momento) (IFH, (2015).

É importante ressaltar que, embora os agentes tenham seus capitais, considera-se que não há uma total liberdade de narrativas, uma vez que elas devam estar vinculadas aos objetivos de *portfólio* da empresa. Embora tenham feito pressão, nessa disputa situacional, o BCB e o governo levaram a melhor, conseguindo realizar a queda dos juros SELIC e, por pressão da queda dos Spreads nos bancos públicos, estes elevaram suas carteiras de crédito e forçaram os bancos privados a também reduzirem seus juros. Na figura 1 é apresentada a análise de similitude das “Notas à imprensa” do COPOM no período de queda dos juros entre agosto de 2011 e a abril de 2013:

Figura 1 - Análise de similitude com comunidades as Notas à Imprensa do COPOM - 2011 a 2013.



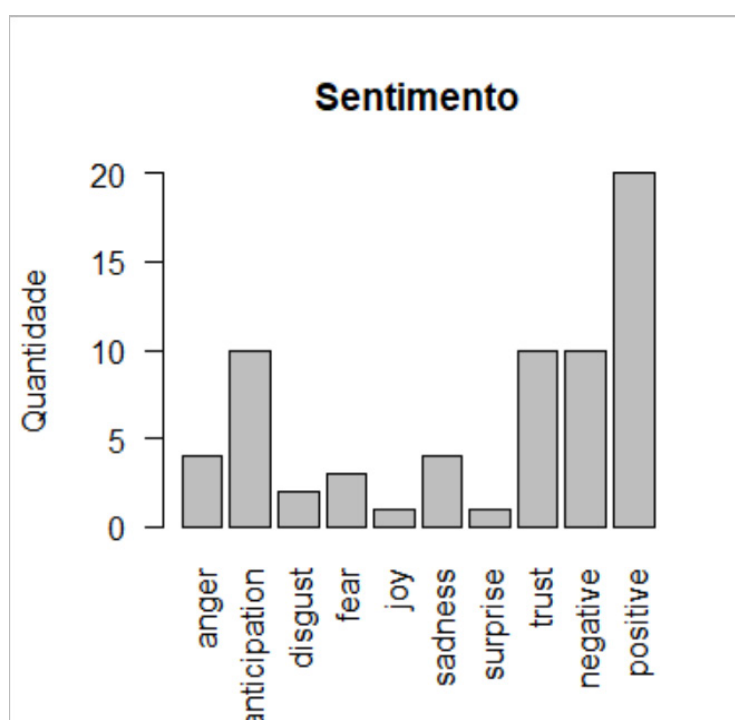
Fonte: elaboração própria (2020).

A análise de similitude indica que o termo “COPOM” aparece associado à unanimidade e redução. A unanimidade nas decisões de política monetária é uma sinalização de que o Copom avalia que o cenário é positivo para baixar juros e que pretende fazer isso por mais tempo, que indica uma pressão contra performativa para que o mercado ajuste suas posições. Ao mesmo tempo, dissidências de votos podem não ser necessariamente divisão de opiniões, mas apenas sinalizar externamente que a divisão indica que há alguns cenários que podem encurtar o ciclo (seja ele de baixa ou alta), também para mostrar que são parcimoniosos, reduzindo a reação daqueles que tem exercido as pressões.

A palavra inflação, aparece vinculada ao cenário internacional com a justificativa de que o desaquecimento da economia na Europa coloca um cenário deflacionário, em virtude da crise no continente. Vinculados ao Copom, taxa e SELIC, aparecem também o cenário externo deflacionário e a indicação de fragilidade, devido à crise europeia.

Para complementar essa leitura, foi feita a análise de sentimentos no pacote *syuzhet* do *software* R estatística, com o seguinte resultado:

Figura 2 - Análise de sentimentos Notas à Imprensa C.



Fonte: elaboração própria (2020).

Em poucos momentos houve votos dissidentes, que podem corresponder a agentes com trajetória social e crenças mais vinculados à flexibilização monetária, valendo-se de estratégia retórica como se estivessem sinalizando que eles também levam em conta a visão monetarista, de maneira a arrefecer as reações contrárias. Em termos moralizantes, seria afirmar que não são “irresponsáveis e se preocupam com a inflação”.

Há o uso dos termos que passam a ideia de responsabilidade, parcimônia e confiabilidade, tais como “estratégia”, “adequado”, “garantir”, “prolongado”, “estabilidade”, o que indica que são utilizados termos de conteúdo moral, usando-os como dispositivos estratégicos ao saber que

de juros neutro acima do que está na SELIC, ao passo que outros apontam a necessidade de medidas macroprudenciais (em geral os mais próximos da perspectiva de flexibilização).

A subcomunidade “mais” aparece em coocorrência com “agressivo” (com respeito a queda dos juros), “fraco”, “afrouxamento”, “pessimismo”, “China”, “aceleração”, especialmente “Bradesco” e “Rosenberg”; também aparece no outro lado da mesma subcomunidade a coocorrência com “demanda”, “preços” e “oferta”, indicando que alguns analistas estavam apontando que isso poderia representar um cenário inflacionário.

Já a subcomunidade “não” aparece associada a “piorar”, “crescimento”, “europeu”, “melhorar” e “difícilmente”, indicando que o cenário da desaceleração europeia passou a ser aceita por parte dos economistas e pela jornalista. Porém, um ponto de pressão é a inflação, pois uma parte acha que o governo abandonou as metas de inflação e priorizou emprego e renda (aumento e renda estão em coocorrência), ao passo que outros não concordam e alguns apontam desaceleração da inflação. A estratégia de reação em termos de economia das narrativas é clara: as principais fontes da jornalista são os dois maiores bancos do país, mas estes têm leituras bem diferentes e portfólios bem diferentes. Por outro lado, as projeções e posições, foram muito diferentes, muitas até antagônicas, em que alguns economistas-chefe partiam para defesa da política econômica do governo:

Carlos Kawall, ex-secretário do Tesouro Nacional e economista chefe do banco J.Safra, não vê abandono do regime de metas pelo BC. Estamos numa situação atípica aqui e no mercado internacional, mas não vejo o sistema de metas abandonado ou subordinação do BC ao Executivo, comenta ele. [...] Tatiana Pinheiro, economista do Santander, que espera corte de 0,5 ponto e Selic a 9,5 em dezembro de 2012, alerta para uma piora grande do quadro externo. [...] André Perfeito, economista chefe da Gradual Investimentos, espera Selic a 10 em dezembro de 2012, mas considera que a Selic poderia cair mais, para 9,5 por exemplo, também devido à piora no nível de atividade lá fora. No entanto, ele acredita que o BC deve cortar o juro básico menos do que poderia. Isso, porque um corte mais modesto seria uma forma barata de segurar parte das expectativas dos agentes econômicos e ajudar na ancoragem das estimativas de inflação. [...] Tanto as taxas futuras de juros negociadas na BM&F quanto os economistas que mais acertam as previsões para o rumo da Selic na pesquisa Focus os chamados Top 5 trabalham agora com uma taxa de juro de 9,5 no ano que vem. [...] O viés é de um corte mais forte, porque a única certeza que se tem sobre a atual crise externa é que as coisas tendem a piorar antes de melhorar, afirma o economista chefe do HSBC, André Loes.[...]O grupo Top 5 médio prazo para IPCA em outubro é composto pelo líder Banco JBS, HSBC Asset Management, BB DTVM, BrasilPrev e Citibank.

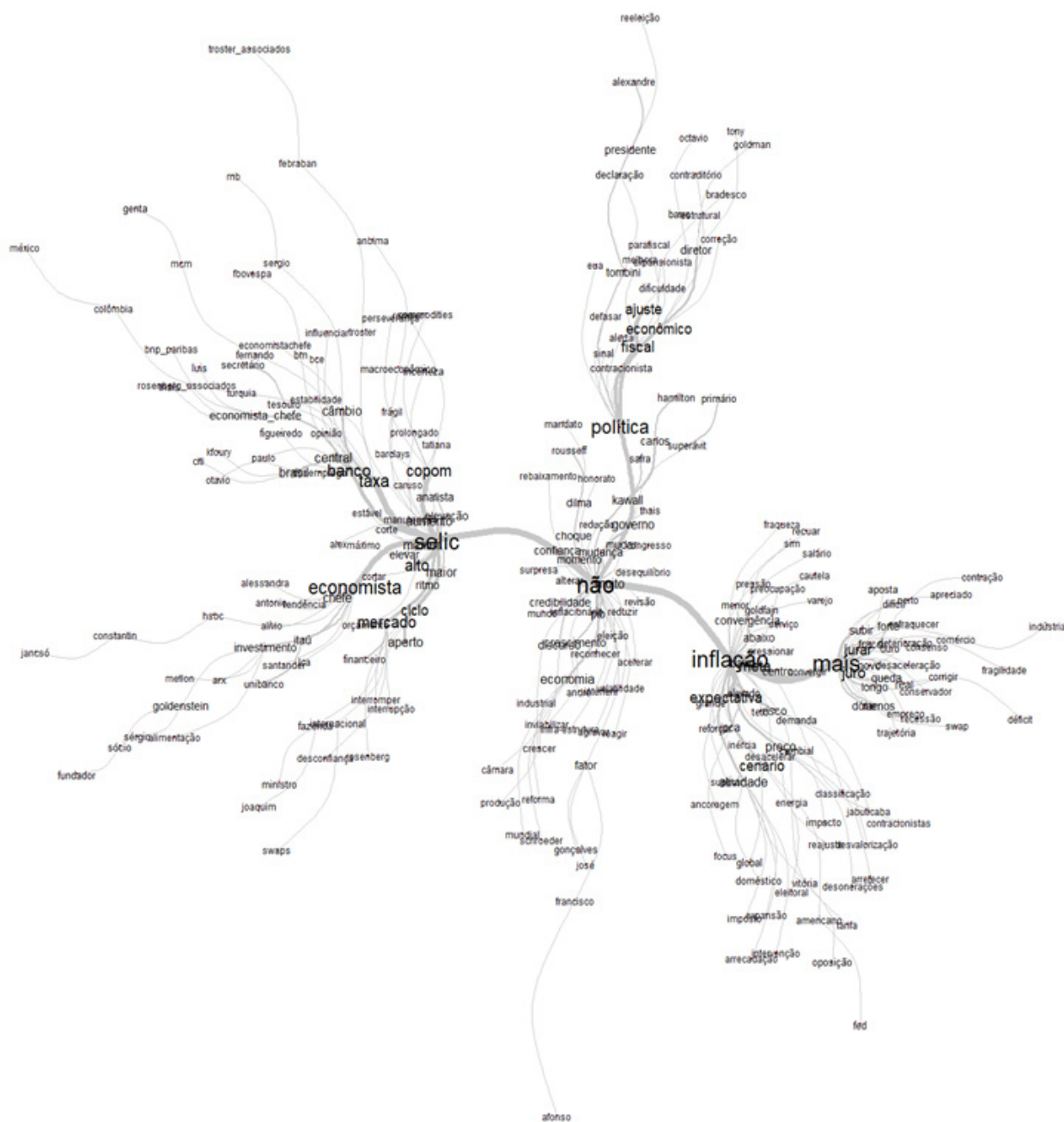
É possível notar que agentes como André Perfeito achavam que poderia cortar mais do que os juros estavam sendo cortados, mas reconhece a estratégia de sinalização retórica. Por outro lado, trechos foram recortados do *corpora*, a fim de demonstrar que vários atores não reagiram bem, embora tenham perdido a batalha e tiveram de ajustar suas projeções enquanto preparavam o “contra-ataque” ajustando os juros futuros e juros neutros de 2013 para cima:

Surpresa com Copom desencadeia onda de revisões para rumo da Selic. Decisão extrema, reação extrema. Os economistas, que em bloco projetavam a manutenção da Selic em 12,50 em agosto, estão correndo para as revisões. [...] Concordando ou não com o cenário mais grave apontado pelo Banco Central (BC), todos se renderam à realidade da autoridade monetária e já projetam vários cortes de juro à frente. [...] Vladimir Caramaschi, economista chefe do Crédit Agricole Brasil, vê mais dois cortes de Selic neste ano e taxa de 11 mantida por um longo período. Ele avalia que agora ficou bem difícil ter convicção de qualquer coisa sobre a condução da política monetária. Acredito ser extremamente difícil justificar o corte dentro do regime de metas para inflação.

Para mim, eles abandonaram o regime de metas. E, uma vez que se perdeu essa âncora dada pelo regime ou que pelo menos ficou muito mais duvidoso esse compromisso, [a política monetária] virou uma coisa quase subjetiva, avalia o economista que a decisão precipitada do BC vai acabar cobrando seu preço e exigir a retomada do aperto monetário no final de 2012. [...] A hipótese de uma taxa de juros tão baixa era impensável antes da reunião passada, em 31 de agosto, quando o Copom surpreendeu os economistas e iniciou o ciclo de alívio monetário. Nossa hipótese é de que a inflação voltará a se acelerar e por isso o BC terá que reverter sua posição [...] mas a condução da política monetária nos próximos meses não desperta paixão [...] Para o economista do Santander, Cristiano Souza, o cenário de desaceleração econômica não deverá ter impacto deflacionário para países emergentes [...] Ao insistir no discurso dos ajustes moderados da taxa de juro, o BC orientou as expectativas de corte de 0,50 ponto percentual da Selic.

É possível notar a discordância e como os agentes, sabendo que perderam a batalha para 2012, passam a ancorar suas expectativas de elevação da inflação para 2013. Na cena 2 (subida dos juros), temos a nova análise de similitude no *corpora* de Angêla Bittencourt, agora fazendo a demonstração em sentido inverso, para demonstrar como a performatividade barnesiana do mercado surte efeito sobre o COPOM:

Figura 4 - Análise de similitude do *corpora* de Ângela Bittencourt – 2013 a 2015.



Fonte: elaboração própria (2020).

A subcomunidade “inflação” aparece em coocorrência com “risco”, “demanda”, “inércia” e, ao mesmo tempo, “desacelerar” e “atividade”; o Itaú tem uma leitura contrária indicando que a inflação poderia converter para menor; aparecem muitas palavras negativas como “fragilidade”, “déficit”, “queda”, “desaceleração”, “confiança” e “rebaixamento”, ligado à queda nas análises de risco. Começa a aparecer com força também uma nova subcomunidade fiscal com ajuste e a palavra “parafiscal”, indicando críticas ao governo; o Bradesco passa a fazer críticas associado ao termo “contraditório” e seu economista chefe. A seguir temos as nuvens de palavras com a frequência dos termos no *corpora* de Ângela Bittencourt nas cenas 1 e 2, que contribui para perceber a mudança de termos utilizados:

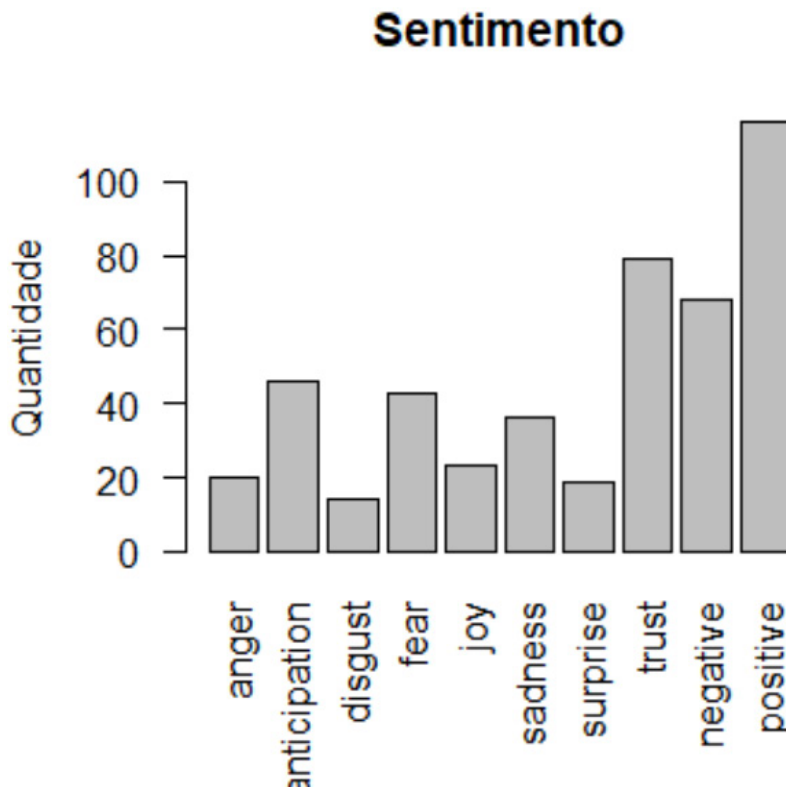
Figura 5 - Nuvem de palavras cena 1 (esquerda) e cena 2 (direita) – Ângela Bittencourt.



Fonte: elaboração própria (2020).

Como o economista chefe do banco Safra é o mais ouvido, foi feita uma análise de sentimentos recortando-se do *corpora* suas falas:

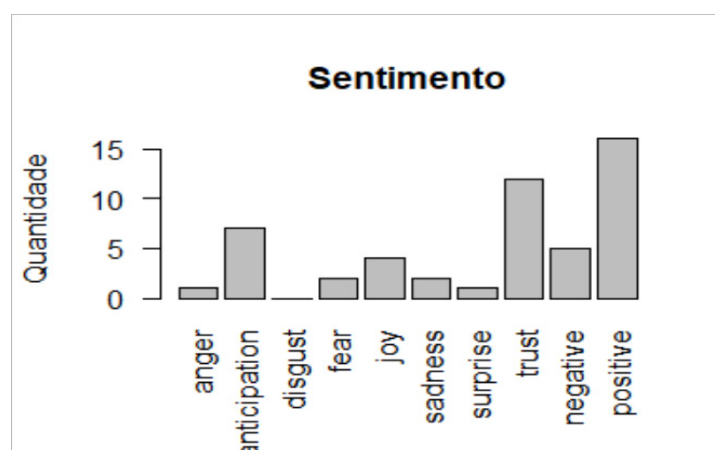
Figura 6 - Text Mining - Análise de Sentimentos - Carlos Kawall.



Fonte: elaboração própria (2020).

Como se pode observar nesses recortes, Carlos Kawall²⁹ acha positivas várias ações, manifesta preocupação com o baixo crescimento, elevação dos juros e risco de elevação do desemprego, apontando seu discurso para a questão da dominância fiscal e necessidade de Reformas para reduzir os gastos públicos, evidenciando também que as reuniões pré-COPOM da ANBIMA são um instrumento de pressão performativa externa, em que esse ator fez parte do Comitê de Acompanhamento Macroeconômico desse órgão. Em sua leitura, embora respaldando em partes a visão do conservadorismo monetário, já acha a dose alta e que a credibilidade deveria ser deixada em segundo plano e haver mais ligação entre política monetária e econômica. A seguir temos a análise de sentimentos feita nas Notas à Imprensa do COPOM na cena 2:

Figura 7 – Análise de sentimentos Notas à imprensa BCB entre maio de 2013 e dezembro de 2015

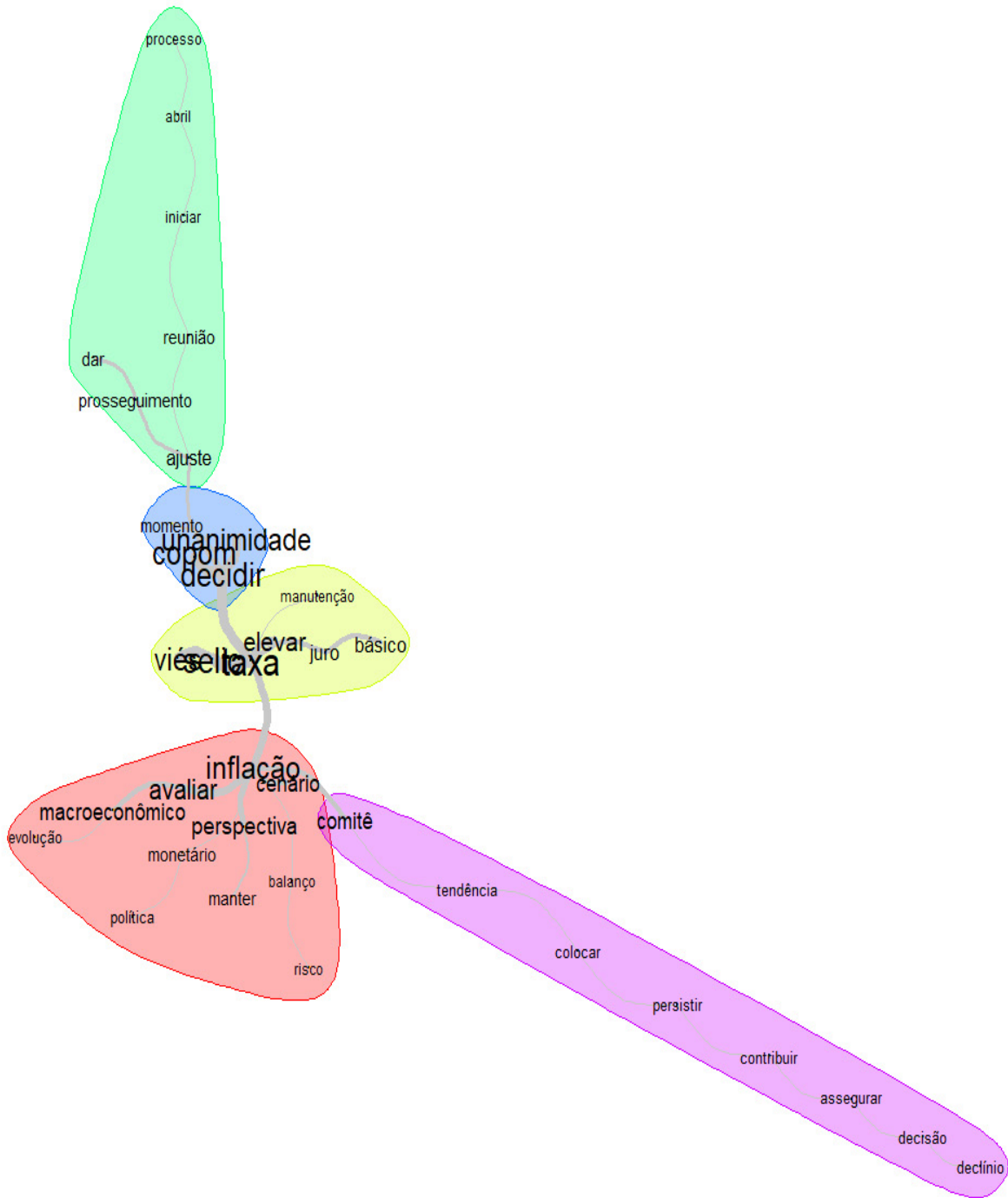


Fonte: elaboração própria (2020).

29 “A política monetária já deu sua contribuição para a retomada da confiança na economia, o BC já reconquistou a credibilidade e, agora, o desafio que se coloca é retomar o crescimento [...] Para o ex-secretário do Tesouro Nacional e atual economista-chefe do Safra, Carlos Kawall, a contração da atividade é tão intensa que coloca em xeque o cumprimento das metas fiscais do governo e, conseqüentemente, traz de volta o risco de um *downgrade* por agências de classificação de risco. Este ano, estamos falando na maior queda do PIB desde o Plano Collor, afirma o economista. Isso por causa do choque de demanda provocado pela Operação Lava Jato e efeitos na cadeia da Petrobras, que tira mais de um ponto percentual do PIB; do câmbio, que está em um terreno bem menos expansionista do que já esteve nos ajustes anteriores; dos ajustes fiscal e parafiscal em curso; e também da política monetária, que ele diz ser contracionista. O outro risco é o *overkill* da economia. Eu acho que a discussão sobre a credibilidade do BC deveria não ser desprezada, mas deixada um pouco de lado. O mais importante é discutir como a política monetária se casa, se une com as demais políticas do governo, especialmente a fiscal e a questão do câmbio. O BC está em um processo de reancoragem de expectativas que, considero, caminhou muito bem. Não acho que faça sentido a política monetária subir juros, fazer algo acima do que seria normal apenas pela reputação do banco. É uma dificuldade enorme de chegar ao superávit primário requerido para estabilizar a dívida pública. Com isso, surge o risco de se introyetar nos agentes a ideia de dominância fiscal. O que está faltando para a economia crescer é a restauração da confiança, é todo mundo achar que o juro lá na frente vai cair [...]. Na minha opinião, o câmbio está mais apreciado do que deveria estar. Dado que as contas externas estão em uma situação ainda frágil, o Brasil atraindo capital com juro alto, o câmbio deveria estar 10 por cento ou 15 por cento mais desvalorizado em termos reais para sinalizar ao setor produtivo que a exportação vale a pena, remunera. [...] Isso mostra que não dá para ficar só na agenda fiscal ou do ajuste. É imperioso que voltemos a discutir as questões estruturais, que minaram o nosso crescimento potencial. [...] No Brasil criamos o hábito de avaliar as dificuldades fiscais como impedimento ao crescimento econômico no médio e longo prazo e constatamos agora que esse futuro chegou. [...] Há uma agenda de reformas a ser cumprida e que passa pela rigidez dos gastos obrigatórios do governo, o grau de abertura comercial da economia brasileira e pela infraestrutura. De uma maneira taxativa, Carlos Kawall afirmou que é preciso atacar o gasto onde ele é maior, não no cafezinho. Nessa conta, entrariam assuntos espinhosos como os gastos da Previdência, as despesas do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e a vinculação dos gastos com Saúde e Educação” (*trechos do corpus*)

Por fim, foi possível observar que o BCB incorporou uma visão mais conservadora, passou uma visão mais positiva e buscou passar confiança e credibilidade. Por fim, é demonstrada a seguir a análise de similitude (com identificação de comunidade e *halo*) das mesmas notas à imprensa:

Figura 7 - Análise de similitude com comunidades e halo das Notas a Imprensa do COPOM - 2011 a 2013.



Fonte: elaboração própria (2020).

Como se observa no gráfico, o viés da taxa de juros era de elevação ou de manutenção, o que indica que o COPOM cedeu à pressão. A subcomunidade “inflação” indica preocupação, colocando que avaliariam o cenário macroeconômico, a evolução e há um cenário de risco associado.

A unanimidade indica intenção de passar credibilidade aos agentes de visão conservadora do ponto de vista monetário, indicando que a pressão fez efeito e a profecia autorrealizável da inflação e da dominância fiscal se sedimentaram, se desdobrando em reformas (trabalhista, previdência, teto de gastos, autorização de privatizações subsidiárias, trabalhista).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com uma análise situada em disputas situacionais em torno dos juros, foi possível delinear com mais precisão os agentes eficientes e o sentido social das suas ações em política monetária, seja por práticas performativas ou contra performativas. Com isso, observou-se que não se pode fazer uma análise hipersocializada ou subsocializada das instituições e indivíduos, evitando-se a submissão da explicação da realidade às delimitações do método; em outras palavras, este artigo permitiu uma abordagem multimétodos na busca por se aproximar da cognição social e o sentido da ação que é dado de maneira não explícita, com a limitação de que é necessário ampliar o número de jornalistas e veículos.

Na realidade, foi possível observar que mesmo a classificação “economistas ortodoxos” *versus* “economistas heterodoxos” é imprecisa, na medida em que a realidade é mais nuançada, há maiores gradações entre os agentes e há posicionamentos de um mesmo agente que combina os dois tipos ideais.

Os capitais e crenças têm sua importância, como o exemplo de Carlos Kawall, que transitou entre o setor público e privado, bem como entre cursos de economia tidos como mais ortodoxos (FEA-USP) e heterodoxos (Unicamp), o que se reflete em uma leitura mais flexível do que outros agentes observados. Mas há para os economistas chefe uma prevalência do capital econômico tanto na seleção de seus capitais cultural e simbólico no sentido dos *portfólios*, como na redução dos graus de liberdade das narrativas.

Foi possível demonstrar que há, de fato, uma disputa retórica ora o COPOM venceu a resistência, ora foi derrotado e teve de fazer ajustes da SELIC em virtude de uma pressão narrativa sobre inflação e austeridade fiscal, em que o cenário internacional foi dispositivo para “contra-performatividade” do governo ao enfatizá-lo em detrimento do cenário nacional, como de “performatividade barnesiana” quando os agentes financeiros “nacionalizaram” as justificativas da pressão inflacionária, omitindo o cenário internacional em suas narrativas. Por fim, a análise de sentimentos, combinada com a análise de trechos das narrativas indicou uma potência para demonstrar os conteúdos morais, onde os agentes financeiros e os jornalistas investigados hierarquizam uma moral superior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADOLPH, C. **Bankers, Bureaucrats, and Central Bank Politics: The Myth of Neutrality**. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BBC. **Entenda o que está por trás da alta nos preços dos combustíveis e alimentos**. Disponível em: < <https://is.gd/VRIXMg> >. Acesso em: 7 maio. 2020.

BECKERT, J.; BRONK, R. (EDS.). **Uncertain futures: imaginaries, narratives, and calculation in the economy**. First edition ed. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 2018.

BERNANKE, B. S. **Inaugurating a new blog** Brookings, 2015. Disponível em: < <https://is.gd/sh07O4> >. Acesso em: 6 maio. 2020

BITTENCOURT, A. **Compromisso dos bancos**. Disponível em: < <https://is.gd/t6cZjf> >. Acesso em: 7 maio. 2020.

BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. The Sociology of Critical Capacity. **European Journal of Social Theory**, v. 2, n. 3, p. 359-377, 1999.

BOURDIEU, P. **Economia das Trocas Simbólicas**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas**. 9. ed. São Paulo: Papirus Editora, 2008.

CARVALHO, C.; CORDEIRO, F.; VARGAS, J. Just Words? A Quantitative Analysis of the Communication of the Central Bank of Brazil. **Revista Brasileira de Economia (RBE)**, v. 67, n. 4, p. 13, 2013.

CODATO, A. et al. Economic mainstream and power: a profile analysis of Central Bank directors during PSDB and PT governments in Brazil. **Nova Economia**, v. 26, n. 3, p. 687–720, dez. 2016.

COPOM. **Comitê de Política Monetária (Copom)**. Disponível em: < <https://is.gd/4Fm2sx> >. Acesso em: 6 maio. 2020.

CORBETT-ETCHEVERS, I.; MOUNOUD, E. Performativity and counter-performativity of a knowledge strategy discourse. **28 EGOS Colloquium**, 2012.

DEZALAY, Y.; GARTH, B. A dolarização do conhecimento técnico profissional e do Estado: processos transnacionais e questões de legitimação na transformação do Estado, 1960-2000. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 15, n. 43, jun. 2000.

DOBRY, M. **Sociologia das Crises políticas**. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2014.

FERNÁNDEZ-ALBERTOS, J. The Politics of Central Bank Independence. **Annual Review of Political Science**, v. 18, n. 1, p. 217–237, 11 maio 2015.

HOLMES, Douglas R. A Tractable Future Central Banks in Conversation with their Publics
Douglas R. Holmes Introduction in: BECKERT, Jen; BRONK, Richard (org). **Uncertain**

futures: imaginaries, narratives, and calculation in the economy. Oxford: Oxford University Press, 2018.

IFH. **Avaliação das perspectivas do novo governo - FHC**, 2015. Disponível em: < <https://is.gd/w9QsTb> >. Acesso em: 7 maio. 2020

JARDIM, M. C.; SILVA, M. R. **Programa de aceleração do crescimento (PAC): neodesenvolvimentismo?**. São Paulo: Editora UNESP, 2015.

KLÜGER, E. **Meritocracia de laços: gênese e reconfigurações do espaço dos economistas no Brasil.** Doutorado Direto em Sociologia - São Paulo: Universidade de São Paulo, 2017.

KRUGMAN, P.; WELLS, R. **Macroeconomia.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2015.

KUTNEI, P. **Fernando Honorato Barbosa mostra otimismo com a economia, por Pedro Kutney**, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eqKzivTc0QE>>

LEBARON, F. O campo dos economistas franceses no fim dos anos 90: lutas de fronteira, autonomia e estrutura. **Mana**, v. 7, n. 1, p. 09-29, 2001.

LEBARON, F. Central Bankers in the Contemporary Global Field of Power: A ‘Social Space’ Approach. **The Sociological Review**, v. 56, n. 1, p. 121–144, 1, 2008.

LOUREIRO, M. R. A PARTICIPAÇÃO DOS ECONOMISTAS NO GOVERNO. **Analise**, v. 17, n. 02, p. p. 345-359, 2006.

LUCCA, D. O.; TREBBI, F. Measuring Central Bank Communication: An Automated Approach with Application to FOMC Statements. **NBER Monetary Economics Program**, p. 37, 2011.

MACKENZIE, D. A.; MUNIESA, F.; SIU, L. (EDS.). **Do economists make markets? on the performativity of economics.** Princeton: Princeton University Press, 2007.

MALMENDIER, U.; NAGEL, S.; YAN, Z. **The Making of Hawks and Doves: Inflation Experiences on the FOMC.** Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, mar. 2017. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w23228.pdf>>. Acesso em: 6 maio. 2020.

MANNING, C. et al. **The Stanford CoreNLP Natural Language Processing Toolkit.** Proceedings of 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: System Demonstrations. **Anais...**Baltimore, Maryland: Association for Computational Linguistics, 2014.

MARCHAND, P.; RATINAUD, P. L’analyse de similitude appliqué aux corpus textuelles: les primaires socialistes pour l’élection présidentielle française. **Actes des 11eme Journées internationales d’Analyse statistique des Données Textuelles (JADT)**, p. 687–699, 2012.

MERTON, R. **Social Theory and Social Structure.** 1. ed. New York: The Free Press, 1968.

OGLOBO. **CVM formaliza denúncia contra irmãos Batista por insider trading e manipulação de mercado.** Disponível em: < <https://is.gd/D8LVp6> >. Acesso em: 11 maio. 2020.

PEDROSO NETO, A. J.; UNDURRAGA, T. The Elective Affinity Between Elite Journalists and Mainstream Economists in Brazil. **Journalism Studies**, v. 19, n. 15, p. 2243–2263, nov. 2018.

PERDOMO, J. P. J.; BOTELHO, F. B. Messe-Rogoff revisitados: uma análise empírica das projeções para a taxa de câmbio no Brasil. **Encontro ANPEC**, p. 14, 2007.

PERISSINOTTO, R. M. et al. Redes sociais e recrutamento: o caso dos diretores e presidentes do Banco Central do Brasil (1994-2016). **Tempo Social**, v. 29, n. 3, p. 61, 12 dez. 2017.

REUTERS, D. **Alta dos preços dos alimentos preocupa, alerta Banco Mundial**. Disponível em: < <https://is.gd/nwem3M> >. Acesso em: 7 maio. 2020.

SILVA, M. R. Banco Central e os sentidos sociais da ação em política monetária: as justificações morais distintas dos usos sociais do dinheiro. **Tese de Doutorado UFSCAR**, p. 611, 2017.

SILVA, M. R.; GRÜN, R. O sentido social da ação em política monetária no Banco Central do Brasil (BCB) entre 1995 e 2017. **Revista Estudos de Sociologia: Araraquara**, v. 24, n. 47, p. 173–2005, 2019.

UNDURRAGA, T.; NETO, A. J. P. Jornalistas da economia e homens das finanças: fascinação, ascendência e ilusão profissional. **Estudos de Sociologia: Araraquara**, v. 24, n. n.47, p. 55–82, 2019.

CRISE ECONÔMICA E DESONERAÇÃO DO IPI NOS JORNAIS BRASILEIROS: MENOR HOMOGENEIDADE DAS VOZES ENTRE OS JORNAIS, PARTICIPAÇÃO CONCENTRADA EM POUCOS GRUPOS SOCIAIS E BAIXA PRESENÇA DE VOZES DOS ECONOMISTAS

Vanildo Lisboa Veloso

A crise do *subprime* de 2007 oriunda do mercado de hipotecas dos Estados Unidos tornou-se sistêmica e mundial em 2008. Ela faz parte do capitalismo contemporâneo baseado em pressupostos neoliberais. Uma das características dessa ideologia é a financeirização da economia. O Estado liberal e o liberalismo econômico, segundo Bresser-Pereira & Theuer:

O Estado liberal é o sistema político do liberalismo econômico (ou do que é hoje o neoliberalismo): é o Estado mínimo ou que busca ser mínimo, o Estado que apenas protege os direitos civis e assegura o cumprimento dos contratos. Este Estado, segundo o liberalismo econômico, não deve interferir na economia, porque o mercado supostamente é uma ferramenta mais eficaz e desejável de alocação de recursos e desenvolvimento de uma sociedade. Segundo o liberalismo político, seria a única forma de governo compatível com a democracia liberal (BRESSER-PEREIRA; THEUER, 2012, p. 813).

Verificado o conceito de neoliberalismo e a importância do mercado na economia, faz-se necessário explicitar a financeirização do sistema capitalista para assim compreender a crise econômica em estudo. Conforme Fernandes (2009, p. 9), “o capitalismo contemporâneo tem se caracterizado pela ampliação da natureza financeira e fictícia da riqueza, pela demanda e consequente proliferação de ativos financeiros líquidos, bem como pela busca incessante por uma rentabilidade cada vez mais elevada”.

Neste cenário, de uma economia pautada no neoliberalismo e financeirizada, inicia-se a crise econômica deflagrada em 2007 nos Estados Unidos através das hipotecas *subprime*. Sobre o *subprime*, Grün (2011) aclara:

Os *subprimes* foram o instrumento que, ao mesmo tempo, possibilitava as aquisições e fomentava a emissão de novos papéis comercializáveis. E esses títulos, na verdade a sua multiplicação constante, são a verdadeira matéria-prima básica das finanças, a fonte principal dos lucros do setor nos países centrais, que são advindos das comissões sobre papéis transacionados (GRÜN, 2011, p. 310).

Silva & Fonseca Neto (2014) são da opinião que em 2008, “ela se originou no sistema hipotecário de alto risco dos EUA, tornando-se uma crise global, com efeitos expressivos na economia real”. O governo brasileiro, tomou várias medidas para contornar as dificuldades, dentre elas a desoneração da alíquota do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) – objeto desse estudo. Sobre este fato, Sales *et. al.* (2011, p.1) pontua que “com a medida de política fiscal de redução do IPI, o governo buscou estimular o consumo para evitar uma retração do mercado interno devido às quedas de vendas”.

Situada a crise econômica e o objeto de estudo, faz-se necessário salientar a importância das notícias, que para Hall et al (1999, p. 224) “são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”. E, ainda, mais específico a importância das vozes (fontes) na construção da notícia que para Santos (2006, p. 114) “têm como objetivo prioritário a pesquisa dos critérios de noticiabilidade e da maneira como os jornalistas selecionam as fontes bem como os conceitos de objetividade, imparcialidade, neutralidade e equilíbrio que estes buscam naqueles”.

Ciente que o tema tratado é significativo faz-se imprescindível analisar como o tema desoneração do IPI para o período de 01 de julho de 2008 a 30 de junho de 2010, foi identificado e contextualizado nos jornais impressos Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Valor Econômico; ou seja: os citados jornais impressos trataram as vozes nos conteúdos noticiosos sobre a política de desoneração do IPI, de modo homogêneo e distribuídas entre os grupos sociais de interesse com presença de profissionais do campo dos economistas entre as vozes do *corpus*?

Neste contexto de desoneração fiscal concedida como salvaguarda a setores afetados pela crise eclodida em uma economia financeirizada, este trabalho se justifica quando verificada a gravidade, que a crise econômica alcançou mundialmente em setembro de 2008. A escolha pelo objeto desoneração do IPI deu-se porque tal medida está alinhada aos pressupostos neoliberais e, portanto, está entre os temas recorrentes para o *mainstream* da economia e do jornalismo econômico contextualmente financeirizado, tornando-se importante, portanto verificar como foram utilizadas as vozes dos diversos grupos sociais de interesse para construção da notícia nos jornais.

Ainda como justificativa ao estudo, considera-se que um dos princípios e práticas presentes no mundo atual do jornalismo é certa tendência a homogeneização de conteúdo. Sobre tal homogeneização, Pedrosa Neto (2015, p. 89-90) ao se referir à despolitização no jornalismo elucida: “Outra característica da despolitização é a tendência à homogeneização do conteúdo, isto é, os temas, os assuntos, os agentes, as práticas, as instituições e os enquadramentos veiculados são cada vez mais os mesmos, inclusive as imagens e as fontes de informação”.

Esse estudo tem como objetivo geral: verificar se houve homogeneidade das vozes (fontes) entre os jornais, bem como distribuição dessas vozes entre os grupos sociais de interesse e ainda a presença de profissionais do campo dos economistas entre as vozes do *corpus*.

Para alcançar o objetivo geral foram cumpridos os seguintes objetivos específicos: realizar o levantamento empírico das matérias jornalísticas sobre a política de desoneração do IPI, nos veículos de comunicação selecionados, para o período estipulado e realizar análise de vozes para o corpus amostral verificando se houve homogeneidade entre os jornais através das matérias jornalísticas, distribuição das vozes entre os grupos sociais de interesse, bem como presença de profissionais do campo dos economistas entre as vozes do *corpus*.

Nas seções seguintes apresentaremos: jornalismo econômico brasileiro, a crise financeira e a desoneração do IPI; análise de vozes; metodologia e os resultados obtidos através da análise de vozes para o conjunto dos jornais e separadamente; e, finalmente, algumas conclusões sobre as contribuições e limites da pesquisa.

2 JORNALISMO ECONÔMICO, CRISE FINANCEIRA E A DESONERAÇÃO DO IPI

O jornalismo econômico é a prática jornalística dedicada à difusão dos fatos e temas relacionados com a economia e o setor de finanças. “Trata-se de uma especialização do jornalismo devido, também, à existência de fatos econômicos perenes e relacionados que, por diversos motivos, são observados, destacados e têm uma dimensão de interesse público” (QUINTÃO, 1987, p. 25). O jornalismo econômico como o conhecemos no Brasil é relativamente recente, ganhando impulso a partir da década de 60, no período do regime militar. Durante parte do século XIX e XX, o noticiário brasileiro era mais voltado para a política. Sobre a economia, havia a predominância de conteúdos sobre produção agrícola já que o perfil econômico do país era agrário-exportador, além de notas sobre taxas cambiais e mesmo movimentação dos portos, adotando uma linha mais financeira e comercial e sem distinção de outras notícias (PULITI, 2013; ABREU, 2003).

Essa pauta voltada à questão política, primordialmente e preferencialmente, perdurou por um extenso período que abrange o império, a república velha, a Era Vargas (1930 a 1945), deixando de ser a principal no início do regime militar de 1964 e a instauração da ditadura militar no Brasil. Segundo Basile (2002, p. 71), “após o golpe de 1964, há uma diminuição do espaço da cobertura política por conta da pressão que os meios de comunicação passam o sofrer por parte dos militares”. Nesta conjuntura, e com o chamado Milagre Econômico (1969 a 1973), o jornalismo passa a abordar temas pouco explorados antes como inflação, substituição de importação, crescimento econômico, entre outros.

Com a abertura econômica³⁰, quando a economia do país passa a adotar as recomendações propostas pelo *Consenso de Washington*³¹, o conteúdo do noticiário econômico passa a ser financeirizado, a abordar os temas citados acima com maior frequência e principalmente falar sobre o mercado financeiro, bolsa de valores etc. Puliti (2009, p. 84) corrobora quando pontua que, “seguindo o processo econômico, a financeirização do noticiário ocorreu de forma mais visível a partir do início dos anos 1990, quando o país passou a ser guiado pelo receituário do *Consenso de Washington*.”

Logo, conceituado o jornalismo econômico no Brasil e verificado que o mesmo se tornou financeirizado a partir do início dos anos 1990, faz-se necessário detalhar o neoliberalismo econômico e a financeirização da economia para a compreensão da crise econômica de 2008. O neoliberalismo é uma teoria político-econômica que se caracteriza pelo livre comércio, o livre mercado e direitos à propriedade privada. Neste contexto, o papel do Estado é criar as condições necessárias para essas práticas. O estado não deve ir além dessas tarefas, ou seja, intervir minimamente nos mercados (HARVEY, 2008, p. 3).

Complementando Harvey, Bresser-Pereira pontua que o neoliberalismo pauta-se na busca pelo Estado mínimo que, para ser alcançado, necessita pelo menos de quatro iniciativas: deixar de lado o estado de bem-estar social, não indução/induzir do investimento produtivo conjuntamente com o desenvolvimento tecnológico e científico, a não regulamentação/ desregulamentar dos mercados e a produção de determinados bens básicos relacionados com a infraestrutura econômica (BRESSER-PEREIRA, 2009, pp. 8-9).

Os autores acima enfatizam que o neoliberalismo busca a não intervenção do Estado na economia, o fim do estado de bem-estar social, o fim de programas desenvolvimentistas e a autorregulação do mercado, dentre outros.

Verificada a conceituação de neoliberalismo, aborda-se a financeirização do sistema capitalista para assim compreender a crise econômica originada no sistema financeiro dos EUA. Sobre a relação do neoliberalismo com a financeirização, pontua-se:

Pode-se definir o neoliberalismo como uma *configuração de poder* particular dentro do capitalismo, na qual o poder e a renda da classe capitalista foram restabelecidos depois de um período de retrocesso. Considerando o crescimento da renda financeira e o novo progresso das instituições financeiras, esse período pode ser descrito como uma nova *hegemonia financeira*, que faz lembrar as primeiras décadas do século XX nos EUA (DUMÉNIL; LEVY, 2007, p. 2).

Chesnais (2005, p. 47) afirma que o processo de financeirização ocorre através da “desregulamentação ou liberalização monetária e financeira, descompartmentalização dos mercados

30 Trata-se da abertura comercial brasileira ocorrida na década de 1990. Ela se iniciou pouco antes do governo de Fernando Collor (1990 a 1992) e continuou durante os governos de Itamar Franco (1992 a 1994) e Fernando Henrique Cardoso (1995 a 2002). Tal abertura econômica representou a ruptura do protecionismo tarifário do governo para a indústria nacional, proteção esta herdada do modelo de Industrialização baseado na substituição das importações.

31 O Consenso de Washington foi um encontro de instituições como Fundo Monetário Mundial, Banco Mundial e o Departamento de Tesouro dos Estados Unidos etc., realizado em 1989 em Washington e consistiu em um conjunto de dez políticas econômicas liberais que passaram a ser sugeridas e aplicadas para acelerar o desenvolvimento de vários países. Foi o economista inglês John Williamson que usou o termo Consenso de Washington como forma de descrever as ideias econômicas defendidas durante o evento na capital americana.

financeiros nacionais e desintermediação, a saber, a abertura das operações de empréstimos, antes reservada aos bancos, a todo tipo de investidor institucional”.

Neste contexto de economia neoliberal financeirizada, inicia-se a crise econômica mundial de 2008. Silva & Fonseca Neto (2014, p. 266) relatam que a crise “originou-se no mercado hipotecário de alto risco norte-americano, alastrando-se pelo mundo de maneira intensa e veloz, resultando em uma crise global, com efeitos expressivos na economia real”.

As instituições financeiras imprudentemente ofertaram empréstimos com baixas taxas de juros a mutuários sem garantias, lastro ou credibilidade. Esses tomadores não possuíam bens para garantia ou trabalho, portanto não tinham renda comprovada. Quando as dificuldades e a falta de pagamentos se revelaram, as reações em cadeia atingiram os grandes bancos e os deixaram em situação de insolvência posto que os títulos gerados destas operações foram comercializados no mercado financeiro subclassificado (subprime) (FREGUETE *at. al.*, 2015, p. 239). Conforme os autores, a crise foi financeira e teve como marco inicial a queda do índice Dow Jones em julho 2007. Saliencia-se que se tornou mundial com a falência do banco Lehman Brothers. Freitas (2009, p. 125) confirma que a “falência do banco de investimento Lehman Brothers no dia 15 de setembro de 2008 marca a transformação da crise financeira internacional, iniciada no mercado americano de hipotecas de alto risco em meados de 2007, em uma crise global sistêmica”.

Contextualizado o período anterior à crise mundial e levando em consideração que esta adquiriu um caráter sistêmico em setembro de 2008, faz-se necessário expor as medidas que o Governo Federal brasileiro adotou no intuito de recompor os mercados internos. Dentre elas estão a ampliação da oferta de crédito, ampliação dos recursos para o Plano Safra, antecipação do reajuste do salário mínimo, modificação da tabela do imposto de renda, ampliação da abrangência do programa bolsa-família e seguro-desemprego para sete semanas, preservação de recursos do PAC, redução da meta de superávit primário em 2009, desoneração fiscal do IPI, entre outros (MERCADANTE, 2009; IPEA, 2009; TRICHES e BERTUSSI, 2017).

No que concerne à política fiscal, a resposta do governo brasileiro baseou-se em cinco principais frentes, que são: (1) redução de tributos: IRPF, IPI, IOF, PIS/COFINS; (2) aumento dos investimentos do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC); (3) R\$ 107 bilhões para o Plano Safra 2009/2010; (4) expansão e manutenção dos programas sociais (reajuste do salário mínimo que injetou R\$ 20 bilhões na economia em 2009 e bolsa-família com R\$ 12 bilhões); e (5) investimento no programa Minha Casa Minha Vida, com R\$ 60 bilhões em investimentos e R\$ 28 bilhões em subsídios (FERRAZ, 2013, p. 75).

A política fiscal de desoneração tributária teve o intuito de estimular setores da economia durante um período de baixo nível de atividade econômica. Dentre todas as medidas adotadas pelo governo envolvendo tributos, abordaremos nesse estudo especificamente a desoneração do IPI. Em relação ao Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), foco desse trabalho, Jardim esclarece:

Concretamente, o governo fez a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), por intermédio do Decreto 6.809/09, que foi prorrogado até 30/6/2009, pelo qual foram favorecidos os setores ligados aos materiais de construção, às montadoras e à linha branca dos eletrodomésticos, estimulando o consumo e a geração de novos postos de trabalho nesses setores. Naquele

contexto, as centrais sindicais pressionaram por medidas de favorecimento fiscal nos setores de construção civil e indústria automobilística, com o objetivo de gerar mais emprego. A redução do IPI foi fundamental para a redução dos efeitos da crise nas grandes empresas, além de permitir que o setor Industrial mantivesse relações de alianças com o governo durante a crise. O apoio da FIESP, apesar de suas críticas pontuais ao governo, é um bom exemplo do feixe de alianças do período (JARDIM, 2013, p. 910).

Ainda sobre a política do IPI, pontua-se que o sistema tributário nacional possui ampla possibilidade, conforme a Constituição Federal, de utilização da tributação com finalidade extrafiscal e que isso por si é uma peculiaridade do sistema brasileiro se comparado com os demais países do mundo. A autora explica que tal peculiaridade se acentuou no segundo mandato do Governo Lula e no primeiro mandato do Governo Dilma (LUKIC, 2015, p. 198). Para fins deste estudo, abordaremos o período do segundo mandato do governo Lula quando ocorrem os decretos de desoneração do IPI objetos dessa pesquisa. A autora aponta que a citada mudança - a utilização extrafiscal do IPI - foi fundamental como resposta à crise de 2008 (LUKIC, 2015, p. 198).

A autora complementa que ao intervir no campo econômico para combater a crise, utilizou-se a função extrafiscal da tributação. Isso acarretou uma mudança de orientação do paradigma através da implementação de instrumentos ou alterações institucionais. A autora menciona que tais medidas extrafiscais, além de representar tentativa de estímulo à economia através da produção, tem por fim adaptar o sistema aos novos princípios de desenvolvimento e de competitividade do país e, ainda, cita como exemplos destas medidas as presentes no programa de aceleração do crescimento e a redução de impostos e contribuições através de desonerações em várias áreas (setor elétrico, automóveis, produtos da linha branca, folha de salários) (LUKIC, 2015, pp. 198-199).

Verifica-se, através dos autores citados, que o governo brasileiro adotou medidas que garantiam a manutenção da demanda agregada interna. Isso se torna claro com a utilização da propriedade extrafiscal do IPI, o que corresponde em um primeiro momento à baixa das alíquotas e, em um segundo, na sua isenção para algumas categorias no intuito de manter a produção, a demanda agregada e o consumo interno.

Segundo Campos (2015, p. 55), a isenção tributária “pode ser conceituada como a dispensa do pagamento de tributo pelo seu ente competente, concedida frente à relevante interesse social ou econômico, seja regional ou nacional”. Diante do quadro econômico de 2008, havia a necessidade de estimular a produção e o consumo e, assim, combater os efeitos da crise econômica mundial, o que justificava essa isenção fiscal para o IPI.

3 ANÁLISE DE VOZES

As notícias são produzidas dentro de determinados contextos a partir de fatos relevantes para determinados públicos. Para Hall *et. al.* (1999, p. 224), elas são o “produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”. Uma vez que os temas estejam definidos, busca-se as vozes (fontes), que são escolhidas de acordo com critérios e

fins específicos. Para Timothy (2011, p. 212), quando se trata das vozes, “os jornalistas precisam cuidar, é claro, de quem ou o que tem suficiente autoridade para aparecer no noticiário, uma vez que a credibilidade dessas fontes se transmite a toda a reportagem”.

O discurso jornalístico recomenda um questionamento, ilustra diferentes posições e tenta avaliar cada uma delas. Ele não pode se satisfazer apenas com expor os fatos e os ditos, seu papel é explicar o porquê e o como com o objetivo de esclarecer o cidadão (RODRIGUES, 2014, p. 161). Neste sentido, Cook (2011, p. 206) enfatiza que o conteúdo noticioso “é o resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas, cujos resultados diários beneficiam apenas certas alocações de valores”.

Para os jornalistas, a escolha da fonte para elaboração do conteúdo noticioso, denominada de voz, é importante posto que complementa a notícia e traz sentido de confirmação dos fatos relatados. Neste contexto, as fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados. As fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios - falas, documentos, dados - por aqueles preparados, construídos, deixados. Em suma, as fontes são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua atividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas, sendo que os jornalistas podem recorrer a elas, assim como elas podem procurar os jornalistas (PINTO, 2000, p. 278).

Complementando, Schmitz (2011, p. 41) relata que “a maioria das informações jornalísticas é plural, emana de vários tipos de fontes que o jornalista utiliza como propósito de reforçar ou confirmar a verdade no relato dos fatos”. E ainda, Charaudeau (2006, p. 55) corrobora quando pontua que “as provas da verdade, ou melhor dizendo, da veracidade de uma informação são, igualmente, da ordem do imaginário, isto é, baseadas nas representações de um grupo social quanto ao que pode garantir o que é dito”. Logo, os três autores enfatizam que a utilização da fonte no jornalismo tem como função principal confirmar o conteúdo noticioso, ou seja, trazer a veracidade, a confirmação da verdade para os fatos relatados.

Santos (2006, p. 114) complementa o exposto por Cook (2011), Pinto (2000), Schmitz (2011) e Charaudeau (2006) quando pontua que “as fontes têm como objetivo prioritário a pesquisa dos critérios de noticiabilidade”. Sponholz (2014) considera necessário buscar experts, em especial no jornalismo especializado, como o econômico, por exemplo:

Experts podem ser utilizados como fontes: a) no jornalismo científico, para fornecer temas e informações secundárias a repórteres especializados; b) nas coberturas jornalísticas sobre situações de risco e/ou de conflito, como no caso do uso da energia nuclear ou de alimentos transgênicos, para fornecer informações secundárias a jornalistas não necessariamente especializados em ciência e c) na cobertura jornalística geral de temas complexos e/ou confusos, como no caso do noticiário econômico, para fornecer informações secundárias a jornalistas que, via de regra, não são especializados em ciência (SPONHOLZ, 2008, p. 599).

Sponholz (2008, p. 600) pontua que “o *expert* a ser entrevistado deve ter a capacidade comunicativa de dizer “o que está acontecendo”, ter uma vinculação institucional que lhe conceda credibilidade e adaptar-se às rotinas de produção jornalística”. Muitas vezes, esses experts buscam notoriedade e acontece uma luta entre jornalistas e fontes com as fontes reivindicando

visibilidade no espaço público. Nessa luta simbólica, os jornalistas possuem o poder e a responsabilidade nos planos político e sociocultural para definir as linhas de atuação em qualquer circunstância. Eles podem incluir ou excluir, atribuir importância, dar a ver e a conhecer essas fontes (PINTO, 2000, p. 287). O autor complementa observando que o jornalista necessita das fontes e de seus serviços de forma vital, mas, ao mesmo tempo, tem que conciliar a colaboração produtiva da fonte com a produção do conteúdo noticioso. Para isso, o distanciamento crítico é essencial (PINTO, 2000, p. 284).

É necessário elucidar que além disso, as vozes no jornalismo servem para imprimir o sentido do acontecimento de uma notícia, posto que cada uma proporcionará um determinado recorte, uma ênfase diferente. Mas o jornalista tem liberdade de escolher o tipo de abordagem que mais se adéqua aos objetivos do meio de comunicação para o qual ele está trabalhando independente do enfoque da voz.

Sobre essa afirmação, Rodrigues (2014) pontua:

Sousa (2002) salienta que os jornalistas, por sua vez, processam a informação de acordo com os objetivos e a cultura da organização que os enquadra. Assim, se por lado as fontes possibilitam diferentes graus de acesso à informação de que dispõem, por outro lado os jornalistas não são meros intermediários ou observadores. Os jornalistas têm ou podem ter um papel ativo na seleção, no enquadramento e na contextualização da informação que obtêm juntos das fontes (RODRIGUES, 2014, p. 165).

Sobre a informação, Mantovani (2013, p. 77) aponta que “quando uma fala é selecionada pelo jornalista em detrimento a outras que poderiam estar no mesmo texto, essa notícia passa a ter um determinado “recorte” que construirá um sentido para o acontecimento noticiado”.

Corroborando para a afirmação da citada autora, Porto (2004, p. 92) afirma que o jornalista “pode dar voz para um agente social que expressará a sua opinião conforme o campo em que está inserido e o grau de incorporação do mesmo”. Logo, essa opinião citada pelo autor, ou seja, a voz no conteúdo noticioso, pode construir um enquadramento para o acontecimento. Logo, as vozes presentes na mídia recebem o privilégio de mostrar o mundo em que estão inseridas. Miguel (2002, p. 163) diz que a mídia “é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social”.

A seleção das vozes é feita seguindo algumas premissas de acordo com as situações e a respeitabilidade da fonte em relação aos assuntos abordados. Biroli e Mantovani (2010, pp. 96-97) expõem que “os jornalistas, em sua rotina, incorporam critérios compartilhados válidos em um dado momento para a definição das “fontes” e das “personagens” presentes nos textos jornalísticos”. As autoras abordam que os referidos critérios estão relacionados às formas de valorização dos atores em seus próprios campos, portanto seleciona-se a fonte conforme a mesma é valorizada na sua área de atuação (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 97).

4 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

A pesquisa será exposta de forma descritiva e documental utilizando-se a análise de vozes tendo seu desenvolvimento conforme os passos: 1) construção do referencial teórico através de pesquisa bibliográfica; 2) delimitação do objeto da análise e pesquisa documental; 3) levantamento dos dados empíricos; 4) análise dos dados coletados e 4) considerações finais sobre a análise

No que está relacionado à abordagem, a pesquisa apresenta dados quantitativos, porém com análise qualitativa. Sobre a pesquisa quali-quantitativa, tem-se:

A primeira tem como campo de práticas e objetivos trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis. Deve ser utilizada para abarcar, do ponto de vista social, grandes aglomerados de dados, de conjuntos demográficos, por exemplo, classificando-os e tornando-os inteligíveis através de variáveis. A segunda adéqua-se a aprofundar a complexidade dos fenômenos, fatos e processos particulares e específicos de grupos mais ou menos delimitados em extensão e capazes de serem abrangidos intensamente (MINAYO; SANCHES, 1993, p. 247).

Assim, construído o referencial teórico na seção anterior, aborda-se o objeto de estudo, ou seja, as matérias sobre a desoneração do IPI utilizada pelo governo brasileiro como resposta à crise econômica mundial iniciada no ano de 2008. O trabalho empírico desse estudo compreende o levantamento documental - matérias de jornais - a partir dos decretos emitidos pelo Governo Federal Brasileiro no decorrer do período de julho de 2008 a junho de 2010. Para formar o *corpus* da pesquisa, foram escolhidos os jornais Folha de S. Paulo (FSP), O Estado de S. Paulo (ESP), O Globo (OG) e Valor Econômico (VE). Ressalta-se que o acesso às edições dos jornais foi realizado totalmente em versões digitais que reproduzem integralmente as páginas publicadas na forma impressa.

Após definição dos jornais e período da pesquisa, passou-se para o segundo passo, ou seja, a definição das editorias onde o material será coletado: no jornal Folha de S. Paulo, a editoria Dinheiro (a partir de 23 de maio de 2010, essa editoria foi denominada como “Mercado”); no Jornal O Estado de S. Paulo, a editoria Economia e Negócios; no jornal “O Globo” foi analisada a editoria de Economia disposta no Primeiro Caderno e no Jornal Valor Econômico, as editorias Brasil e Especial.

Definidos os jornais e as editorias, o terceiro passo refere-se à seleção da matéria jornalística através do seguinte critério: uso das palavras-chave e termos-chave: IPI; incentivos e/ou desonerações fiscais; redução e/ou isenção, e/ou desoneração de tributo, e/ou imposto; alíquota zero, imposto do carro. Para a seleção da matéria jornalística, era necessário que pelo menos uma palavra-chave ou termo-chave estivesse presente nas seguintes áreas: título, linha fina, linha de apoio, lead, olho, chapéu/cartola, intertítulo e gráficos e ilustrações. Logo, todos os conteúdos jornalísticos das editorias dos jornais escolhidos que possuísem um dos termos-chaves nos locais estipulados constituem o *corpus* da pesquisa.

Para o levantamento dos dados empíricos, cada matéria jornalística selecionada foi considerada uma unidade de análise, sendo que esta unidade foi formada por um texto principal com título acrescido ou não de elementos complementares tais como: fotos, gráficos, planilhas,

tabelas etc. Após a primeira etapa, elaborou-se uma planilha para disposição das unidades de análise numeradas no formato cardinal para posterior leitura flutuante (leitura de 25% do corpus) para definição das categorias e codificação para posterior análise de vozes de todo o *corpus*.

Assim, definido o corpus e levantado os dados empíricos faz-se necessária a leitura flutuante (leitura de 25% do corpus) para a categorização e codificação para posterior análise. Sobre essa etapa, considerando a análise de vozes, para a elaboração de categorias e códigos utiliza-se a mesma metodologia aplicada para a análise de conteúdo. Sobre a codificação pontua-se que abrange três escolhas, ou seja: o recorte, que nada mais é que a escolha das unidades da pesquisa; a enumeração, que é a escolha das regras de contagem, ou seja, como será a contagem do material e a classificação e agregação, que perpassa pela formação das categorias (BARDIN, 1977, p. 104).

Após a codificação, segue-se para a categorização que são rubricas ou classes as quais reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, ou seja, sob uma mesma categoria. Logo, a categorização consiste na classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos (BARDIN, 1977, p. 117). A autora ainda explica que um conjunto de boas categorias deve possuir as seguintes qualidades: a exclusão mútua, a homogeneidade, a pertinência, a objetividade e a fidelidade, a produtividade (BARDIN, 1977, p.120).

Assim, após leitura flutuante tem-se a codificação, categorias e parâmetros de cada categoria, conforme o quadro 1 que é constituído de vinte categorias de vozes.

Quadro 1 - Categorias para análise de voz

Código	Categoria	Parâmetros da Categoria
PL	Presidente Lula	Luiz Inácio Lula da Silva, Presidente da República Federativa do Brasil.
GO	Ministros Governo	Ministros de Estado, com exceção do Ministro da Fazenda Guido Mantega, como: Miguel Jorge - Ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio; Paulo Bernardo - Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão; Dilma Rousseff - Ministra-Chefe da Casa Civil; etc.
GS	Secretarias Ministérios	Secretarias de Ministérios do Governo Federal e Secretarias dos Estados como: Secretaria da Receita Federal; Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda, Secretaria de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Secretaria do Tesouro, PROCON etc.
GM	Guido Mantega	Guido Mantega, Ministro da Fazenda.
MS	Ministros do STF	Ministros do STF (Supremo Tribunal Federal) como: Carlos Ayres Britto, Cezar Peluso, Eros Grau, Marco Aurélio Mello, Ricardo Lewandowski.
PR	Procuradores Estaduais e Federais	Procuradores Federais como: Cláudia Trindade - Procuradora da Fazenda, Fabrício Da Solier - Procurador-Geral Adjunto da Fazenda, Luiz Inácio Adams - Procurador-Geral da Fazenda Nacional, etc.

Código	Categoria	Parâmetros da Categoria
ID	Indústria	Presidentes, diretores, gerentes e supervisores da indústria, ou seja, fabricantes/empresas automobilísticas, linha branca, móveis, construção civil etc. como: GM, Fiat, Ford, Volkswagen, Renault, IVECO, Whirlpool (Brastemp e Cônsul), Esmaltec (Grupo Edson Queiroz), Mabe (GE e Dako), Atlas, Cauê (fabricante de Cimento da Camargo Correia), Fibraplac (Fabricante de Painéis Grupo Isdra), Braskem, Gerdau, etc.
CM	Comércio	Diretores, gerentes, supervisores e vendedores do comércio, ou seja, comercializadores de veículos, linha branca, material de construção etc. como: Magazine Luiza, Casas Bahia, Ponto Frio, Lojas CEM, Telha Norte, Pão de Açúcar, Casa Show, Dicico, Rede Balaroti, Dirija (Concessionária), Disnave, Rede Elevato, Concessionária Recreio, Importadora de Cerveja Bier & Wein, site Buscapé.com, Avis, Ricardo Eletro, etc.
EP	Entidade Patronal	Presidentes e diretores de entidades patronais, com exceção de Jackson Schneider, presidente ANFAVEA, como: ABIMAQ, ABIME, ABIMÓVEL, ABRAC, ABRAMAT, ACSP, ADASP, ALSHOP, ANFAVEA, ANAMACO, ANEF, ANEFAC, CNC, CNI, CNT, ELETROS, FECOMÉRCIO, FENABRAVE, FENAUTO, FIESP, Sindipeças,, Abitrigo, etc.
JS	Jackson Schneider	Jackson Schneider, presidente ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores).
AC	Academia	Universidades, faculdades, centros e fundações de ensino, pesquisa e extensão de nível superior instaladas no Brasil como: FGV, UFRJ e PUC.
IT	Instituto de Pesquisa	Institutos de pesquisa, de estudos, de análise etc. como: IBGE, IPEA, IBPT, IRGA (Instituto Rio-Grandense do Arroz),
PO	Parlamentares	Deputados Federais e senadores, como: senador Aloizio Mercadante, deputado Henrique Fontana, deputado Henrique Eduardo Alves, deputado Jovair Arantes.
SI	Sindicatos	Vozes sindicais e de órgãos que representam a classe de trabalhadores como: CUT, Força Sindical, Sindicato dos Metalúrgicos São Caetano, Sindicato dos Metalúrgicos de Taubaté, Sindicato dos Metalúrgicos de Gravataí, Sindicato dos Metalúrgicos de Betim, Sindicato dos Metalúrgicos de São Paulo, Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, CONLUTAS.
CS	Consultorias e Consultores Continua...	Profissionais e empresas que prestam serviços de consultoria (econômica, financeira, de mercado, setor automotivo), como: Tendências Consultoria; Consultoria Kaiser Associados; LCA Consultores; Rosemberg & Associados; ASPR Auditoria e Consultoria; RC Consultores; Consultoria ADK Automotive; MB Associados.
AV	Advogados	Advogados e escritórios de advocacia (tratam em especial do crédito-prêmio do IPI), como: Plinio Marafon - Advogado Braga & Marafon Consultores e Advogados; Alessandro Amadeu Fonseca - Sócio Escritório Advogados Mattos Filho; Ana Claudia Akie Utumi - Sócia da Tozzini Freitas Advogados; Erio Umberto Saiani Filho - Advogado Tributarista; Fernando Ramazzini - Advogado/Diretor da ABCF; etc.
IF	Instituições Financeiras	Representantes de bancos (públicos e privados, de investimento, de fomento etc.) como Itaú BBA, BNDES, Citibank, Caixa, Santander etc.

Código	Categoria	Parâmetros da Categoria
CR	Consumidores	Consumidores que aproveitando a desoneração do IPI pesquisaram ou adquiriram produtos contemplados como: consumidores de carros, geladeiras, fogões, máquinas de lavar, roupa etc.
OT	Outras Vozes	Vozes que não se enquadram nas categorias anteriores como: OCDE, Polícia Federal, Ministério Público, Light, clientes entrevistados no setor comercial, presidente da CNM, ex-coordenador do CONFAZ, Diretor de Comunicação Ampla, Superintendente de Comunicação Light, presidente do BNDES.
SV	Conteúdo sem vozes	Quando não há vozes no conteúdo noticioso.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do *corpus* de pesquisa (2018).

Definido o quadro 1, inseriu-se na planilha elaborada para disposição das unidades de análise colunas com a codificação das categorias elaboradas para, assim, proceder a análise dos dados coletados, considerando as vozes, para atender os objetivos da pesquisa, verificar a questão-problema. Tal planilha é constituída por: uma coluna denominada “unidade” com codificação em numeração cardinal; uma coluna denominada “edição” com a data da unidade de análise selecionada; uma coluna denominada “veículo” com a sigla do jornal escolhido; uma coluna denominada “análise de vozes” com disposição das codificações das categorias elaboradas.

Assim, com a planilha completa passa-se a leitura de todas as unidades de análise, anotando as vozes (nominalmente), para classificá-las por categoria de vozes. Findada a elaboração da planilha, foi feita a análise dos dados sobre a utilização de vozes por categoria de vozes e na totalidade do *corpus* selecionado, que será descrita, detalhadamente, na próxima seção.

5 ANÁLISE DE VOZES: MENOR HOMOGENEIDADE ENTRE OS JORNAIS E PARTICIPAÇÃO CONCENTRADA EM POUCOS GRUPOS SOCIAIS.

Aqui são apresentados os dados resultantes da análise de vozes para a totalidade da amostra e para cada jornal separadamente. Também se houve maior ou menor homogeneidade entre os jornais, se as vozes foram distribuídas entre os grupos sociais de interesse e se os economistas estão presentes nas matérias.

Quanto ao levantamento empírico dos conteúdos noticiosos em quatro jornais brasileiros no período estipulado e as palavras-chave, chegou-se ao montante de 453 unidades de análise, sendo 138 para o jornal Folha de S. Paulo (FSP), 145 para o jornal O Estado de S. Paulo (ESP), 112 para o jornal O Globo (OG) e 58 para o jornal Valor Econômico (VE).

No que concerne à análise de vozes, verificou-se 1133 vozes divididas quantitativamente por veículo de comunicação: 313 vozes para FSP, 360 vozes para ESP, 320 vozes para OG e 140 vozes para VE. A tabela 1 traz o resultado da análise de vozes para a totalidade da amostra e para cada jornal separadamente para as vinte categorias de vozes elaboradas conforme tabela 1.

Tabela 1 - Resultado para análise de vozes

Código	Categoria	Total	FSP	ESP	OG	VE
PL	Presidente Lula	1,9%	2,9%	1,4%	1,6%	1,4%
GO	Ministros Governo	5,4%	6,1%	4,4%	5,6%	5,7%
GS	Secretarias Ministérios	7,1%	4,8%	7,5%	6,8%	12,1%
GM	Guido Mantega	5,2%	6,1%	4,7%	4,1%	7,1%
MS	Ministros do STF	1,1%	0,3%	1,1%	0,3%	4,3%
PR	Procuradores Estaduais e Federais	1,4%	1,3%	1,4%	1,6%	1,4%
ID	Indústria	11%	9,6%	15,6%	7,2%	11,4%
CM	Comércio	13,2%	7%	15%	19,1%	9,3%
EP	Entidade Patronal	17,6%	19,8%	15%	20%	13,6%
JS	Jackson Schneider	4,3%	5,8%	4,4%	4,1%	1,4%
AC	Academia	2,8%	4,2%	2,5%	1,3%	4,3%
IT	Instituto de Pesquisa	2%	3,2%	1,4%	2,2%	0,7%
PO	Parlamentares	2,2%	1,6%	0,8%	4,6%	1,4%
SI	Sindicatos	2,8%	4,8%	3,3%	1,3%	0,7%
CS	Consultorias e Consultores	9,8%	13,4%	7,8%	7,2%	12,9%
AV	Advogados	1,6%	1,3%	0,8%	1,8%	3,6%
IF	Instituições Financeiras	1,2%	1,3%	1,4%	0,6%	2,2%
CR	Consumidores	3,2%	1,3%	2,5%	6,6%	1,4%
OT	Outras Vozes	3,7%	3,5%	5,6%	2,2%	2,9%
SV	Conteúdo sem vozes	2,5%	1,7%	3,4%	1,8%	2,2%
Total		100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborada pelo autor com dados do *corpus* de pesquisa (2018).

Percebe-se que a tabela 1 é formada pelas colunas: código da categoria, categoria (que traz o nome da categoria), coluna total (traz a participação de cada categoria em relação às 453 unidades de análise - soma das unidades de todos os jornais) e uma coluna com a participação de cada jornal.

Para o total da amostra, a categoria *Entidade Patronal (EP)* apresenta maior concentração perfazendo 17,6%, seguida das categorias *Comércio (CM)* e *Indústria (ID)* com 13,2% e 11% respectivamente. Logo, denota-se que as categorias do empresariado perfazem um total de 41,8% das vozes para o *corpus* de pesquisa. Ainda se juntarmos a esse total o percentual correspondente à categoria *Jackson Schneider (JS)*, ou seja, 4,3% das vozes, teremos um total de 46,1% das vozes do *corpus* formadas pelo setor empresarial, que foi contemplado pela política de desoneração do IPI.

Destaca-se também que, apesar de não se classificarem como mais concentradas separadamente, as categorias *Presidente Lula (PL)*, *Ministros do Governo (GO)*, *Secretarias Ministérios (GS)* e *Guido Mantega (GM)* formam conjuntamente o setor governamental e perfazem 19,6% da totalidade de vozes, posicionando-se, portanto, na segunda colocação para maior concentração. Ainda, para a maior concentração, a categoria *Consultorias e Consultores (CS)* está presente na totalidade da amostra com 9,8%, posicionando-se em terceira posição se considerarmos as vozes empresariais e governamentais conjuntamente e em quarto lugar se considerarmos cada categoria separadamente.

No ponto inferior da amostra, com menor concentração, observa-se a categoria *Ministros do STF (MS)*, perfazendo 1,1% do total de vozes da amostra. Em seguida, verifica-se vozes da categoria *Instituições Financeiras (IF)* e *Procuradores Estaduais e Federais (PR)* como segunda e terceira categorias menos concentradas e com os percentuais 1,2% e 1,4% respectivamente. Necessário dizer que as vozes dos Ministros do STF e dos Procuradores ficaram concentradas no período da votação pelo STF sobre o crédito-prêmio do IPI.

Quanto à homogeneidade entre os jornais e considerando-se a primeira colocação, com maior concentração, para cada jornal, percebe-se que a categoria *Entidade Patronal (EP)* é a mais concentrada para os jornais FSP com 19,8%, o jornal OG com 20% e o jornal VE com 13,6%. O jornal ESP não tem sua maior concentração na citada categoria e sim na categoria *Indústria (ID)*, com 15,6% da amostra. O jornal ESP detém 15% de concentração da amostra para as categorias *Entidade Patronal (EP)* e *Comércio (CM)* na segunda posição. Desse modo, destaca-se maior homogeneidade entre os jornais FSP, OG e VE quanto à primeira posição de concentração.

Para a segunda colocação quanto à maior concentração, denota-se que os jornais OG e ESP apresentam sua concentração na categoria *Comércio (CM)* com 19,1% e 15%, respectivamente e os jornais FSP e VE apresentam sua concentração, conforme critério, na categoria *Consultorias e Consultores (CS)* com 13,4% e 12,9% respectivamente. Desse modo, nota-se maior homogeneidade para os jornais ESP e OG na categoria *Comércio (CM)* e para os jornais FSP e VE na categoria *Consultorias e Consultores (CS)*.

Na terceira posição para o critério de concentração nota-se o jornal FSP com concentração de 9,6% na categoria *Indústria (ID)*, o jornal ESP com concentração de 7,8% na categoria *Consultorias e Consultores (CS)* e o jornal VE com concentração de 12,1% na categoria *Secretarias Ministérios (GS)*. Verifica-se no jornal OG concentração de 7,2% em duas categorias: *Indústria (ID)* e *Consultorias e Consultores (CS)*. Logo a partir da terceira posição verifica-se menor homogeneidade entre os quatro jornais.

Para a posição de menor concentração constata-se que o jornal FSP e o jornal OG localizam-se na mesma categoria, ou seja, *Ministros do STF (MS)* com percentual de 0,3% cada. Verifica-se, para o jornal ESP, menor concentração para as categorias *Parlamentares (PO)* e *Advogados (AV)*, com percentual de 0,8% cada; e para o jornal VE menor concentração nas categorias *Instituto de Pesquisa (IT)* e *Sindicatos (SI)*, com percentual de 0,7% cada. Logo, identifica-se maior homogeneidade entre os jornais FSP e OG apenas. Os jornais ESP e VE possuem menor homogeneidade em relação a todos os jornais.

Ainda, para a segunda posição, considerando o critério de menor concentração, observa-se o jornal FSP com 1,3% de concentração em quatro categorias: *Procuradores Estaduais e Federais (PR)*, *Advogados (AV)*, *Instituições Financeiras (IF)* e *Consumidores (CR)*. Para os jornais ESP e OG, constata-se concentração em apenas uma categoria cada, sendo 1,1% na categoria *Ministro do STF (MS)* e 0,6% na categoria *Instituições Financeiras (IF)* respectivamente. No jornal VE verifica-se concentração de 1,4% em cinco categorias: *Presidente Lula (PL)*, *Procuradores Estaduais e Federais (PR)*, *Jackson Schneider (JS)*, *Parlamentares (PO)* e *Consumidores (CR)*. Consequentemente, identifica-se maior homogeneidade na categoria PR entre os jornais FSP e VE; na categoria IF entre os jornais FSP e OG e na categoria CR para os jornais FSP e VE. Observou-se para esse critério menor homogeneidade entre o jornal ESP e outros jornais.

Assim sendo, certifica-se para a análise de vozes menor homogeneidade para as categorias de maior concentração de vozes e para as categorias de menor concentração. Os casos de homogeneidade, quando constatados, estão sempre presentes em apenas dois veículos de comunicação, com exceção da categoria *Entidade Patronal (EP)* classificada na primeira posição, considerando a maior concentração, que apresenta homogeneidade para três jornais, ou seja, FSP, OG e VE. Importante salientar que não se constatou maior homogeneidade entre os quatro jornais em nenhuma concentração analisada.

Quanto à distribuição das vozes nos grupos de interesse, apesar de constatada distribuição no que tange ao número de categorias elaboradas (vinte categorias), observa-se concentração de vozes nas categorias que conjuntamente remetem ao empresariado (categorias: *Indústria - ID, Comércio - CM, Entidade Patronal - EP e Jackson Schneider - JS*), ao governo (*Presidente Lula - PL, Ministros do Governo - GO, Secretarias Ministérios - GS e Guido Mantega - GM*) e a *Consultorias e Consultores*. Neste contexto, verifica-se que as categorias que remetem ao empresariado perfazem conjuntamente 46,1% do total da amostra, e, ainda, que tais categorias são maioria para cada jornal separadamente: jornal FSP com 42,2%, jornal ESP com 50%, jornal OG com 50,4% e jornal VE com 35,7%. Pontua-se que, apesar de verificadas vozes diversas do empresariado (*Indústria, Comércio, Entidades Patronais* etc.), houve concentração acentuada de vozes nas *Entidades Patronais* e em especial na do ramo automobilístico (ANFAVEA) verificada tanto na categoria citada, quanto na necessidade de se criar uma categoria específica para o presidente dessa entidade - Jackson Schneider.

Verifica-se ainda que as vozes do governo perfazem 19,6% da totalidade e estão distribuídas em quatro categorias (*Presidente Lula - PL, Ministros do Governo - GO, Secretarias Ministérios - GS e Guido Mantega - GM*), sendo, portanto, a segunda colocação entre as vozes mais utilizadas. Novamente verifica-se concentração de vozes em um grupo de categorias, contudo, com maior distribuição entre as categorias que formam o grupo governo, tanto para a totalidade da amostra, quanto para os jornais separadamente como observado na tabela 1.

Ressalta-se ainda concentração de 9,8% da amostra na categoria *Consultorias e Consultores (CS)*, perfazendo a terceira colocação para a utilização de vozes nos jornais, se consideradas as vozes do setor empresarial e governamental conjuntamente. Esclarece-se que se trata de uma categoria isolada e não de um conjunto de categorias como verificado acima para empresariado e governo.

Observa-se que outros grupos de interesse estavam presentes nas matérias, porém com menor percentual e de forma descentralizada. Entre esses grupos destaca-se os *Ministros do STF (MS)* com 1,1%, as *Instituições Financeiras (IF)* com 1,2%, os *Procuradores Estaduais e Federais (PR)* com 1,4%, os *Advogados (AV)* com 1,6%, o *Presidente Lula (PL)* com 1,9%, os *Institutos de Pesquisa (IT)* com 2%, os *Parlamentares (PO)* com 2,2%, os *Sindicatos (SI)* com 2,8% e a *Academia (AC)* com 2,8%. Ressalta-se que os *Ministros do STF*, os *Procuradores Estaduais e Federais* e os *Advogados* estão presentes apenas em matérias com conteúdo sobre o crédito-prêmio do IPI. Logo, constata-se que o empresariado, o governo e as consultorias e consultores foram majoritários como vozes nas matérias, o que denota uma distribuição desigual entre os grupos de interesse devido à concentração em dois grandes grupos formados por 8 categorias e ainda na categoria de consultorias e consultores.

Verificada a homogeneidade e a distribuição das vozes, faz-se necessária a análise quanto à presença de profissionais do campo dos economistas na amostra posto que esse estudo tem

como corpus conteúdos jornalísticos nos cadernos voltados à área econômica de cada jornal, bem como o jornalismo de economia e a crise econômica com desoneração do IPI como referenciais teóricos, justificando, portanto, a análise para esse campo em especial. Pontua-se que para esta análise compreende-se como vozes de economistas na amostra aquelas devidamente identificadas como profissional desse campo. Logo, verificam-se 77 contribuições de economistas na análise de vozes, levando-se em consideração os quatro jornais, divididas nas categorias: *Entidade Patronal (EP)*, *Academia (AC)*, *Consultorias e Consultores (CS)*, *Institutos de Pesquisas (IT)* e *Instituições Financeiras (IF)*. Salienta-se maior concentração de vozes no jornal ESP com 25 vozes, seguido do jornal FSP com 20 vozes, jornal OG com 17 vozes e jornal VE com 15 vozes.

Para a categoria *Entidade Patronal (EP)* verificou-se 8 vozes provenientes do FECOMÉRCIO-RJ, FECOMÉRCIO-SP e CNC. No que concerne à categoria *Academia (AC)*, verificou-se 24 vozes provenientes da FGV, UFRJ, PUC-Rio, UNICAMP e CEA. Para a categoria *Consultorias e Consultores (CS)*, 37 vozes provenientes da Austin Ratings, Tendências Consultoria, LCA Consultoria, Consultoria Msantos, Rosemberg e Associados e Edgard Pereira & Associados. Para a categoria *Institutos de Pesquisas (IT)*, 3 vozes provenientes do IBGE. No que tange à categoria e *Instituições Financeiras (IF)*, 5 vozes provenientes do banco ITAÚ BBA (braço de atacado, tesouraria e investimentos institucionais do conglomerado Itaú), Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ (o banco serve como um braço direto do Mitsubishi UFJ Financial Group), Banco Santander, Banco Schain e Itaú/Unibanco.

Os economistas estão presentes em 5 das 20 categorias de análise de vozes, com maior presença no jornal ESP, o que denota baixa participação desses profissionais levando em conta que a análise foi feita em cadernos voltados à economia nos quatro jornais pesquisados. Foram 77 contribuições em um *corpus* com 1133 vozes. Ressalta-se ainda que não foram verificadas críticas à política de desoneração do IPI nas vozes dos economistas que contribuíram com os conteúdos noticiosos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho apresenta uma reflexão sobre a produção simbólica realizada pelo campo do jornalismo, e em especial o de economia, para a cobertura jornalística sobre a política fiscal de desoneração do IPI adotada pelo governo brasileiro como resposta à crise econômica mundial de 2008. A desoneração aconteceu através da edição de decretos no período de julho de 2008 a junho de 2010, e a análise foi feita nos cadernos dedicados à área econômica nos jornais FSP, ESP, OG e VE. Para tal reflexão utilizou-se a análise de vozes (fontes de informação). Essa pesquisa procurou responder se os jornais impressos brasileiros trataram as vozes nos conteúdos noticiosos sobre a política de desoneração do IPI de modo homogêneo e se foram distribuídas entre os grupos sociais de interesse.

Assim sendo, certificou-se para a análise de vozes menor homogeneidade para as categorias de maior concentração de vozes e para as categorias de menor concentração. Tal conclusão diz respeito apenas à análise de vozes, ou seja, as fontes consultadas como auxílio para a elaboração do conteúdo noticioso. Os casos de homogeneidade, quando constatados, estão sempre presentes em apenas dois veículos de comunicação. A única exceção foi a categoria *Entidade*

Patronal (EP) (classificada na primeira posição considerando maior concentração) que apresenta homogeneidade para três jornais, ou seja, FSP, OG e VE.

Observando apenas as categorias de vozes separadamente, os jornais foram mais homogêneos em relação a três grupos específicos. Esses grupos são o empresariado (*Indústria - ID, Comércio - CM, Entidade Patronal - EP e Jackson Schneider - JS*) com 46,1% do total de vozes; o governo (*Presidente Lula - PL, Ministros do Governo - GO, Secretarias e Ministérios - GS e Guido Mantega - GM*) com 19,6% do total de vozes e a área de serviço relacionada a consultorias e consultores com 9,8% do total das vozes. Logo, 75,5% da totalidade das vozes presentes nas matérias dos jornais estão classificadas nos três grupos da sociedade.

Para as vozes, observamos a diversificação das categorias de vozes utilizadas nas matérias, o que denota que os jornalistas procuraram fontes heterogêneas. Contudo, mesmo com a diversificação das categorias, houve concentração de vozes relacionadas ao empresariado e ao governo, o que demonstra distribuição desigual em relação aos outros grupos de interesse. Observando-se separadamente, ficou claro que nos dois agrupamentos citados houve diversificação, posto que para esses dois grupos atingiu-se atores de diversas áreas distintas que fazem parte do grupo de interesse quanto ao tema pesquisado.

Constata-se, ainda, que algumas fontes se sobressaíram de maneira separada e por isso foram relacionadas em categorias próprias como, por exemplo, o Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, o Ministro da Fazenda, Guido Mantega, e o presidente de entidade de classe, ANFAVEA, Jackson Schneider. Verifica-se em várias matérias, em especial nas que o governo anunciava a desoneração para algum setor ou a prorrogação das desonerações concedidas, a presença de presidentes de entidades de classe e em especial do presidente da ANFAVEA, junto ao Ministro da Fazenda por ocasião desses anúncios.

Pontua-se ainda maior protagonismo das entidades de classe em detrimento das indústrias e do comércio e a falta de protagonismo dos sindicatos, dos políticos, das instituições financeiras e dos institutos de pesquisas. Ressalva-se que dentre as entidades patronais somente o presidente da ANFAVEA teve destaque e quantitativo suficiente para enquadrar-se em categoria separada, o que denota concentração na indústria automobilística em detrimento das demais indústrias.

Através da análise das vozes, não foi possível detectar um jornalismo econômico financeirizado, conforme abordado na literatura sobre o tema, mas o tema desse trabalho não está diretamente ligado ao mercado financeiro e sim ao setor empresarial e ao setor governamental e, portanto, resta claro que a amostra se concentrou nesses dois setores, conforme verificado em cada uma das análises.

Corroborar ainda para a análise o quantitativo de vozes *Instituições Financeiras (IF)*, ou seja, instituições ligadas diretamente às finanças com presença de 14 vozes e as vozes da categoria *Consultorias e Consultores (CS)* com 111 vozes. Contudo as vozes da categoria *CS* não são formadas em sua totalidade por consultores do mercado financeiro, havendo, portanto, profissionais de consultorias sobre indústria e comércio. Logo, da totalidade de 1133 vozes divididas em vinte categorias, há presença de vozes relacionadas à financeirização da economia em apenas duas categorias.

No que concerne à presença dos economistas, verifica-se pouca participação, ou seja, o silêncio dos economistas para o tema estudado, posto que foram 77 contribuições de vozes de economistas distribuídas em 5 categorias em um universo de 1133 vozes divididas em vinte categorias.

Usando a mesma metodologia dessa pesquisa, recomenda-se estudos futuros das demais políticas adotadas pelo governo brasileiro para o período de 2008 a 2010 como, por exemplo, a atuação dos bancos estatais e privados na compra de instituições em crise, a disponibilidade de recursos para o financiamento das exportações, a ampliação de recursos para o Plano Safra, o financiamento habitacional destinado aos setores médios, a modificação da tabela do imposto de renda para beneficiar os contribuintes de menor capacidade econômica, entre outros.

Recomenda-se ainda estudo sobre o período de desoneração do IPI no governo da presidente Dilma Rousseff e assim verificar a abordagem jornalística utilizada, comparando a análise de vozes desse período com os resultados encontrados nesse estudo e em especial se as vozes eram mais homogêneas e melhor distribuídas entre os grupos sociais de interesse.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, A. A. de. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, A. A. de; LATTMAN-WELTMAN, F; KORNIS, M. A. **Mídia e Política no Brasil - jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

BASILE, S. **Elementos de Jornalismo Econômico**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BIROLI, F; MANTOVANI, D. M. Disputas, ajustes e acomodações na produção da agenda eleitoral: a cobertura jornalística ao Programa Bolsa Família e as eleições de 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 90-116, 2010.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Assalto ao Estado e ao Mercado, neoliberalismo e teoria econômica. **Estudos Avançados**, v. 23, n. 66, 2009.

BRESSER-PEREIRA, L. C; THEUER, D. Um Estado novo-desenvolvimentista na América Latina? **Revista Economia e Sociedade**, Unicamp, v. 21, Número Especial, p. 811-829, 2012.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHESNAIS, F. **A finança mundializada: raízes sociais e políticas, configuração, consequências**. São Paulo: Boitempo, 2005.

COOK, T. E. O jornalismo político. Do original *The political news media*, publicado como capítulo 5 do livro *Governing with the news: the news media as a political institution*. In: **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011.

DUMÉNIL, G.; LÉVY, D. Neoliberalismo - Neo-imperialismo. **Revista Economia e Sociedade**, Unicamp, v. 16, n. 1, p. 1-19, 2007.

FERNANDES, O. A. **Dívida Mobiliária Pública e Financeirização da Riqueza: uma análise das singularidades do endividamento mobiliário interno no Brasil**. 2009. 243 f. Tese de Doutorado, Unicamp, Campinas, 2009.

FERRAZ, F. C. **Crise financeira global: impactos na economia brasileira, política econômica e resultados**. 2013. 104 f. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia (PPGE) do Instituto de Economia, UFRJ. Rio de Janeiro, 2013.

FREGUETE, L. M.; NOSSA, V; FUNCHAL, B. Responsabilidade Social Corporativa e Desempenho Financeiro das Empresas Brasileiras na Crise de 2008. **ANPAD, RAC**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, art. 4, pp. 232-248, 2015.
FREITAS, M. C. P. de. Os efeitos da crise global no Brasil: aversão ao risco e preferência pela liquidez no mercado de crédito. **Estudos Avançados**, 2009.

GRÜN, R. Crise Financeira 2.0: Controlar a Narrativa & Controlar a Desfecho. Dados. **Revista de Ciências Sociais**, v. 54, n. 3, pp. 307 - 354, 2011.

HALL, S., et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: VEJA, 1999.

HARVEY, D. **O neoliberalismo: história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2008.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **A crise internacional e possíveis repercussões: primeiras análises**. Comunicado da Presidência - número 16, janeiro de 2009.

JARDIM, Maria C. A Crise Financeira de 2008: Os Discursos e as Estratégias do Governo e dos Fundos de Pensão. **DADOS**, v. 56, n. 4, 2013, pp. 901 a 941, 2013.

LUKIC, Melina S. R. Extrafiscalidade e Regulação da Economia: as mudanças tributárias nos Governos Lula e Dilma. **Revista Sequência**, Florianópolis, v. 36 n. 71, p. 197-220, dez. 2015.

MANTOVANI, D. M. Eleições 2010: como os enquadramentos e as vozes organizaram os limites da controvérsia do aborto. **Revista Cosmpolítica**, v. 3, n. 1, p. 71-94, 2013.

MERCADANTE, A. **O Brasil e a Crise: Inflexão Histórica**. Senado, Brasília, julho de 2009. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/178952>. Acesso em: 12 mar. 2017.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, São Paulo, n. 55-56, p. 155-184, 2002.

PEDROSO NETO, A. J. Jornalismo e despolitização. **Revista Observatório**, v. 01 n. 2, 2015.

PINTO, M. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade**, Braga, v. 14, p. 277-294, 2000.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: Rubim, Antônio Albino C. (org.) **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

PULITI, P. **A financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002)**. 2009. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

_____. História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real. **Líbero**, São Paulo, v. 16, n. 31, p. 41-50, 2013.

QUINTÃO, A. F. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

RODRIGUES, L. F. **Jornalismo Econômico na Folha de São Paulo durante o primeiro ano do Governo Lula (2003): o Banco Central e a taxa Selic**. 2014. Tese (Doutorado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

SALES, D. G.; SILVA, S. F.; FERREIRA, M. M. O impacto da política fiscal de IPI na arrecadação dos tributos Federais. **Anais...VII ENPPEX** - Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR), Campo Mourão - PR, 2011.

SANTOS, L. L. O enquadramento midiático da sustentabilidade e o papel da mídia na assimilação social do consumo sustentável. **Anais...XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom: UNB, 2006

SCHMITZ, A. A. **Classificação das fontes de notícias**. 2011. Disponível em: <https://is.gd/ZF5ZJC> Acesso em: 15 abr. 2017.

SILVA, F. J. F.; FONSECA NETO, F. A. Efeitos da crise financeira de 2008 sobre o desemprego nas regiões metropolitanas brasileiras. **Nova Economia**, UFMG, v. 24, 2014.

SPONHOLZ, L. Neutralizando conhecimento: como jornalistas lidam com experts. **Soc. estado**, v. 23, n. 3. 2008.

TRICHES, D.; BERTUSSI, L. A. S. Multicointegração e Sustentabilidade da Política Fiscal no Brasil com Regime de Quebras Estruturais (1997-2015). **Revista Brasileira de Economia**, Rio de Janeiro, v. 71 n. 3. 2017.

A REFORMA DA PREVIDÊNCIA NOS SITES DE COBERTURA ECONÔMICA E FINANCEIRA DO BRASIL: VOZES PROTAGONISTAS NO ANO DE ELEIÇÃO PRESIDENCIAL

Romário Rocha do Nascimento

Rogéria Martins Costa

Desde a Constituição de 1988, a previdência social passou por duas reformas, objetos das Propostas de Emendas à Constituição (PEC) de nº 20, em 1998, e nº 40 de 2003. Enquanto a primeira previa a limitação da idade mínima de aposentadoria para homens e mulheres, ante a situação anterior que considerava apenas o tempo de serviço, a segunda reforma consistia na base de cálculo da aposentadoria dos funcionários públicos. No ano de 2016, no governo de Michel Temer, uma reforma da previdência entra no cenário político e econômico como uma das maiores reformas em caráter legislativo do Brasil.

A PEC nº 287/2016 foi enviada ao Congresso Nacional pelo Governo Federal com o objetivo de alterar o sistema previdenciário brasileiro. Apesar de ter passado pela comissão de Constituição de Justiça, a proposta com alterações só teve prosseguimento da Comissão Especial em junho de 2017. Nesse ano, o presidente envolveu-se numa polêmica após áudios de falas do empresário Joesley Batista, presidente do grupo J&F, com Temer serem divulgados na mídia, fazendo com que a reforma ficasse em segundo plano. No final do ano, após conseguir barrar na Câmara as denúncias contra o presidente feitas pela Procuradoria-Geral da República (PGR), ele retoma a agenda do governo de negociação de votos com deputados da Câmara para a votação da reforma, prevista para fevereiro de 2018, um ano de eleição presidencial. A situação indicava que se a reforma não fosse aprovada no início de 2018, seria uma pauta relevante dentro do campo político, especialmente entre os presidenciáveis, como afirmaram alguns veículos de comunicação, como o Valor Econômico e Estado de São Paulo (Estadão). Por isso corrobora Agostini (2018) que a previdência ganhou força no debate eleitoral especialmente após o mês de maio com o início de propostas de planos de governo dos candidatos Ciro Gomes, Bolsonaro e João Amoêdo.

O jornalismo, e mais especificamente o econômico e das finanças, passou a priorizar a reforma da previdência e a eleição presidencial como pautas primárias logo após a desistência de aprovação da reforma pelo Governo Temer em fevereiro de 2018. Os jornais evidenciavam

o conteúdo nas notícias para milhões de pessoas que acompanhavam diretamente na internet os desfechos dessa pauta. Como registros, o Economia Estadão, por exemplo, teve um número de 1.300 publicações ligadas à reforma da previdência apenas em 2018 (5,5 vezes maior que o registrado em 2016 e igualmente aproximado em 2017), enquanto Folha Mercado e Infomoney quantificam 1.344 e 1.350 registros, respectivamente.

De acordo com Jacobini (2008), o jornalismo econômico ganha força à medida que interessados nos assuntos econômicos aumentam. Conforme os assuntos econômicos se tornam relevantes para sociedade, urge a necessidade de o jornalismo econômico se ajustar com o objetivo de acompanhar as demandas. De acordo Kucinski (2007, p. 21), no jornalismo econômico, os “episódios e fatos singulares precisam ser interpretados à luz de processos, leis e relações econômicas às vezes conflitantes”. Quintão (1987) considera que o jornalismo de economia pode ser compreendido como um jornalismo que trabalha com fatos e temas relacionados com economia e setor de finanças, com os acontecimentos econômicos do país ganhando um caráter de notícia.

Já o jornalismo econômico digital tem o mesmo objetivo, só que dentro de uma estrutura digital ágil e dinâmica: a internet. Nesse formato, as fotos, os textos, os vídeos e infográficos, chamados de multimídias, melhoram a leitura e interpretação dos leitores (CUNHA, 2015). O jornalismo econômico digital é produzido por agências que veiculam conhecimentos sobre economia e finanças (CALDAS, 2003). Esse jornalismo econômico ganha destaque nesse cenário digital por divulgar, através de um meio mais ágil, as notícias sobre a reforma da previdência uma vez que as agências são notáveis pela dinâmica com a qual cobrem o cenário econômico do país.

O jornalismo econômico e o das finanças priorizam os debates, os estudos e em especial as vozes, que representam fontes seguras de informações sobre os trâmites da reforma. Por esse motivo, essa pesquisa partiu da análise de três websites de cobertura econômica e financeira: um da categoria de análise “Financial Market News Website”, o Infomoney; um da categoria “Economy and Business News”, a editoria de Economia do Jornal online do Estado de S. Paulo, o Economia Estadão; e um que pode se enquadrar tanto em uma categoria quanto em outra, o Valor Econômico. Os dados de acessos foram obtidos nos dois dos maiores sites de estatísticas de tráfego, o Similar Web e o Alexa, e nos estudos de Zhang (2018). Os sites analisados detêm número relevante de acessos únicos mensais superior a 3 milhões na categoria de jornais econômicos digitais. Neles se vê um debate pró-reforma da classe empresarial, das instituições financeiras e econômicas, assim como do mercado financeiro que observavam, analisavam e pontuavam, por meio de vozes no jornalismo, os passos da reforma.

As vozes são pessoas que emitem falas sobre um determinado assunto e que remetem a posições e relações sociais (PINTO, 2000). Normalmente as vozes do campo político e econômico incluem pessoas com representação governamental como parlamentares e secretários; das instituições financeiras, que incluem banqueiros, empresários, economistas; das entidades científicas, que incluem especialistas e professores; e também das associações e sindicatos.

Considerando-se as eleições presidenciais de 2018 e a proposta da reforma da previdência não aprovada como previsto no início desse mesmo ano, a pesquisa aqui apresentada partiu do seguinte questionamento: Os candidatos à presidência da República foram as vozes protagonistas da reforma da previdência no ano da eleição presidencial?

Por não ter sido aprovada em 2018, a hipótese é que as vozes que mais apareceram nos sites de assuntos econômicos quando o assunto era reforma da previdência foram as dos candidatos à presidência da República, pois as propostas da reforma eram medidas econômicas para a crise fiscal. A reforma era apresentada como instrumento que garantiria a sustentabilidade econômica do Brasil e como uma das maiores propostas para melhorar a economia, como defende Costanzi *et. al.* (2018). Por esse motivo, o objetivo desse trabalho é analisar as publicações do jornalismo econômico e das finanças nos sites Infomoney, Valor Econômico e Economia Estadão para identificar as vozes protagonistas que falaram sobre a reforma da previdência no ano de eleição presidencial.

O período analisado apresenta três momentos, e dois indicaram uma maior concentração de publicações. Um primeiro no início do ano de 2018, entre os meses de janeiro e março, período em que o governo buscava a aprovação da reforma; e o segundo, em outubro, novembro e dezembro, quando aconteciam os novos debates e planos de governo com novas expectativas para a reforma. Entre os meses de abril e setembro há um período mais moderado de publicações. A pesquisa documental e a análise de vozes foram os métodos de pesquisa. O tratamento dos dados recebeu abordagem quantitativa. A análise descritiva dos resultados foi qualitativa.

2 O JORNALISMO ECONÔMICO: GÊNESE E DESENVOLVIMENTO

O jornalismo de economia pode ser compreendido como um subcampo do jornalismo e apresenta características específicas que o diferenciam de outras editoriais e das coberturas jornalísticas. Dentro deste subcampo, os jornalistas são agentes importantes e atuam, segundo Lene (2013, p. 14), na cobertura econômica legitimando o “discurso de valorização de mercado em detrimento do poder do Estado” e, com isso, reforçam sua importância não apenas dentro do campo jornalístico, mas também para outros campos.

A história do jornalismo do Brasil foi um processo gradual que se desenvolveu no cenário político e econômico do país. Os fatos econômicos estavam presentes desde o início do jornalismo denominado tradicional, com os jornais trazendo em suas colunas assuntos de economia desde o final do século XIX. O conteúdo apresentava um perfil econômico agrário-exportador, que era o que definiria o mercado brasileiro por anos. No entanto, a principal matéria-prima do jornalismo brasileiro até a segunda metade do século XX era a política (CALDAS, 2008). Ainda que os temas políticos fossem centrais, as discussões e análises sobre a economia passam a ganhar cada vez mais destaque na imprensa nacional, especialmente na década de 50 quando o presidente Juscelino Kubitschek coloca em prática seu Plano de Metas de crescimento de “cinquenta anos em cinco”, o que alavancaria a industrialização do Brasil. Com isso há a entrada de capital estrangeiro (QUINTÃO, 1987).

Logo após o Golpe Militar, a economia brasileira passa por um amplo processo de modernização conduzido pelo ministro da Fazenda, Roberto Campos, e pelo ministro do Planejamento, Octávio Gouvêa de Bulhões. No período militar, o jornalismo de economia se solidifica com o decaimento de outras áreas como a cobertura política, nacional, local, policial, que passam a perder espaço com a censura imposta pelo regime (QUINTÃO, 1987; LENE, 2009). Mesmo sob repressão e censura, o jornalismo consegue se expandir especialmente no período do chamado

“milagre econômico”. Assim as notícias deram evidência aos dados econômicos do governo como aumento do PIB (ABREU, 2003).

Na década de 80, o jornalismo de economia, sendo o principal gestor do discurso econômico, teve papel de destaque na naturalização da política econômica neoliberal, que ganhou força no final do século XX em substituição ao Estado social-democrata. Lene (2009, 2010, 2013) explica que esse papel foi realizado pelo jornalismo de economia com eficácia já que o contraponto era a economia soviética, estatal e planejada, que estava em colapso. Portanto, neste período, a tese neoliberal passa a ser dominante e é encampada no discurso do jornalismo de economia.

Com a redemocratização, que acontece na década de 1980, o país todo passa por diversas mudanças, assim como diversos setores da sociedade, dentre os quais está a imprensa nacional, que foi importante no período do regime, mas também era relevante para a abertura que acontecia de modo gradual. Neste momento, as editorias de economia, ao criticarem o modelo econômico utilizado pelo regime, criaram um meio de contestar a continuidade da ditadura no país, contribuindo assim com o processo de redemocratização do país (ABREU, 2003).

Durante os anos 1990, novos hábitos surgem com a informatização das redações, e o leitor passa a consumir as notícias sobre economia direto na internet. Com a abertura econômica iniciada no governo de Fernando Collor, o Brasil passa a adotar políticas neoliberais, que têm continuidade no governo de Fernando Henrique Cardoso. Os agentes econômicos passaram a decidir com base numa série de perspectivas com variáveis capazes de afetar os resultados de seus negócios. Assim, há mudanças também na imprensa econômica, que vai utilizar em suas matérias infográficos, gráficos e tabelas com o objetivo de tornar a notícia ainda mais pedagógica para o leitor (LENE, 2006). Com a expansão da internet, a estrutura do jornalismo econômico no espaço digital se modifica. A nova cobertura é mais ágil e dinâmica.

2.1 JORNALISMO ECONÔMICO NO ESPAÇO DIGITAL

A expansão da internet permitiu a consolidação do conteúdo digital nos endereços na web (World Wide Web). A partir dessa evolução, também se viu a transformação estrutural do jornalismo, que passa a disponibilizar seu conteúdo para uma estrutura nova, dinâmica e com condições peculiares: a estrutura digital. Mielniczuk (2003) escreve que muitos termos nomeiam o jornalismo digital. Alguns deles são jornalismo eletrônico, multimídia, online e o ciberjornalismo. De acordo com a autora, a preferência tanto para os norte-americanos, como para os brasileiros é por “jornalismo digital”.

Presente no espaço digital, o jornalismo acontece em qualquer lugar na internet (MIELNICZUK, 2003; WAISBORD, 2019) e não fica limitado a questões geográficas. A rapidez com que as informações são geradas, comentadas e compartilhadas definem inúmeros novos conceitos e entendimentos sobre o jornalismo que, de imediato, não se é possível decifrar. Talvez tudo isso seja relacionado às variáveis e processos sociais e tecnológicos atribuídos a esse novo estilo de jornalismo. De acordo com Machado (2001, p. 3), o jornalismo digital inclui “todo produto discursivo que reproduz a realidade pela singularidade dos fatos, tem como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia que transmita sinais numéricos e que incorpora a interação com os usuários no processo produtivo”.

Mielniczuk (2003, p. 21) é da opinião que o jornalismo digital é mutável e ainda não atingiu sua completude em termos de forma e desenvolvimento. Há ainda muitas questões em aberto para serem respondidas. De acordo com a autora, “o jornalismo desenvolvido para a web não é um fenômeno concluído, e, sim, em constituição e, mesmo com menos de uma década de história, vem apresentando transformações significativas”. O fato é que recentemente a questão posta pela autora ainda não tinha sido respondida a contento, pois o jornalismo digital não é muito fácil de decifrar. Nos estudos sociológicos de Waisbord (2019), o autor tenta buscar conceituações, mas explica que as condições semânticas ainda não foram resolvidas quando se trata do “jornalismo” e do “digital”.

No Brasil, um dos primeiros jornais vislumbrar o poder do digital em 1988, com a Agência Estado, que após comprou a Broadcast em 1991, tornando-se a AE News, jornal de notícias econômicas e financeiras (CALDAS, 2003). De acordo com Pereira (2013), existem dois tipos de sites de jornalismo: há aquelas entidades tradicionais (jornalismo impresso, como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo), que disponibilizam seu conteúdo na internet, e há aquelas que surgiram diretamente na internet com disponibilização de conteúdo totalmente digital (como Uol, Infomoney, Money Time). Dessa forma, é possível considerar que os websites de economia e finanças também seguem a mesma prerrogativa.

De acordo com a classificação do Similar Web, do Alexa Ranking e estudos de Zhang (2018), os sites de economia se dividem em duas categorias: *financial market news website* e *economy and business news*. A primeira é mais centrada em investimento, com notícias de mercado, empresas, papéis de investimentos e variáveis do mercado como dólar e taxas. A segunda categoria é mais voltada para notícias econômicas de modo geral, dos mercados, política e negócios.

O Valor Econômico surgiu em 2000 e logo teve sua versão on-line em 2001. Esse jornal pode ser considerado tanto *financial market news website* como *economy and business news* uma vez que apresenta os dois conteúdos de acordo com a classificação do Web Analytics no Similar Web. O Estado de S. Paulo foi fundado em 1875 e sua editoria de economia, em 1946. O jornal, que passou a funcionar na versão digital em 2000, está entre os mais importantes do Brasil, com mais de 28.87 milhões de acessos únicos mensais e sua editoria de Economia tem mais de 4 milhões de acessos. A editoria de economia do jornal, dadas as características do jornal, o coloca na categoria de *economy and business news*, e também pode ser considerado uma entidade que migrou, como escreve Pereira (2013). Já o Infomoney é considerado um típico *financial market news website*, pois disponibiliza um conteúdo mais específico para o mercado acionário com pauta mais financeira e surgiu diretamente na internet.

3 O CAMPO DE PRODUÇÃO DO JORNALISMO ECONÔMICO

O campo de produção cultural apresenta suas lógicas de legitimação e cria critérios de diferenciação. O campo jornalístico, que pertence ao campo de produção cultural, também tem suas formas de legitimação. Na constituição do campo no século XX, havia a oposição entre os jornais de notícias sensacionalistas e os que valorizavam a objetividade, as análises e comentários. Para cada perfil de jornal, a legitimação com relação ao produto que está sendo disponibi-

lizado ocorre de modos diferentes, sendo que para o primeiro, o sucesso se materializa no lucro e no número de leitores, ouvintes ou espectadores e, para o segundo, ocorre pela identificação dos pares, dos valores da notícia. Há ainda princípios fundamentais que norteiam as práticas dos jornalistas, como o princípio do mercado e o princípio profissional. O primeiro é dirigido pelos interesses econômicos, assim o que é considerado importante é o alcance do público medido pela audiência, a participação do público e, principalmente, o lucro; no segundo princípio, as necessidades sociais devem ser atendidas, uma vez que o jornalismo seria praticado com comprometimento com os interesses do público, seguindo leis do campo como objetividade e imparcialidade (BOURDIEU, 1997).

Bourdieu (1997) escreve que a influência que o campo jornalístico exerce, seguindo uma lógica de mercado, sobre os campos de produção cultural, abarca até mesmo os campos mais autônomos. Diferentes campos de produção sofrem imposição do campo jornalístico e isso acontece não em função da forma ou eficácia, mas pela própria estrutura autônoma com relação às forças externas, a saber: as do mercado dos leitores e a do mercado dos anunciantes (BOURDIEU, 1997, p. 102).

É por meio dos produtores culturais que se exerce a influência do campo jornalístico sobre os campos de produção cultural seja o campo literário, filosófico, dentre outros. Para ter essa autoridade os intelectuais-jornalistas, conforme denomina Bourdieu (2007, p. 111), atuam com um vínculo duplicado para atender as demandas dos dois universos e mesmo introduzir no outro campo poderes bem adquiridos. Os principais efeitos resultantes disso são seguir outros modos de produção cultural e aplicar princípios de avaliação das produções culturais que possam reforçar o efeito de índice de audiência, dirigindo, desse modo, a escolha do editor para produtos que garantam a rentabilidade ainda que sejam menos requintados, garantindo uma aparência de autoridade intelectual diante de sanções do mercado. Portanto, a concorrência não garante a geração de produtos originais ou diversos, muito pelo contrário, tende a beneficiar a uniformidade da oferta uma vez que, comparando as notícias dos jornais, o público pode facilmente ser convencido sobre o conteúdo que está consumindo se houver homogeneidade. Segundo Bourdieu (2007, p. 109), isso significa que, “embora sua eficiência se efetive quase sempre através das ações de pessoas singulares, os mecanismos do campo jornalístico, o lugar e os efeitos que eles exercem sobre os outros campos são determinados em sua intensidade e sua orientação pela estrutura que o caracteriza”.

3.1 FONTES DE VOZES NO CAMPO DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Para alcançar a “objetividade”, o jornalista adota procedimentos para a produção da notícia. As fontes, por exemplo, fazem parte do campo de produção simbólica do jornalismo. No jornalismo econômico, normalmente essas vozes têm caráter técnico e advêm de pessoas de representatividade econômica e política. Mantovani (2013), por exemplo, escreve que os atores que são selecionados para compor o discurso de alguma notícia endossam determinados discursos em detrimento de outros, dando um recorte específico para a informação. Para Hall *et al.* (1993, p. 229), as mídias não têm autonomia irrestrita para criação das notícias uma vez que necessitam das fontes institucionais regulares e credíveis no processo de produção da notícia. Mantovani (2013) explica ainda que a fonte utilizada no jornalismo reflete uma estrutura social e o poder vigente, além de legitimar o texto jornalístico. Os que estão à margem dessa estrutu-

ração do jornalismo raramente conseguem espaço e poder de fala. Essa rotina das redações, que supostamente dá credibilidade e legitimação à notícia, garante lugar de fala aos “oficiais” e à “fonte autorizada” e, dependendo do tom político, o impacto das reportagens podem “favorecer certos atores e valores sociais” (MANTOVANI, 2013, p. 79).

Schmitz (2011) diferencia a fonte de notícia da fonte de informação, uma vez que a informação está disponível, mas a notícia tem necessidade de um meio de transmissão para circular conhecimento. O autor aponta ainda que o jornalismo é dependente da fonte para a construção da notícia. Sobre o processo de produção da notícia, Traquinas (1993, p. 109) discorre que esta trata acontecimentos promovidos por aqueles que têm poderes políticos e burocráticos. Assim tanto os jornalistas, quanto os promotores de notícias (fontes políticas ou burocráticas) têm necessidade de acontecimentos que são complementares. Já Chaparro (1994, p. 73) escreve que entre o jornalismo e as fontes há uma cooperação conveniente e recíproca uma vez que o jornalismo atua como uma ferramenta de propaganda. Assim as habilidades presentes no jornalismo são apropriadas pelas instituições com o objetivo iluminar suas ações, divulgar seus eventos. As fontes de notícias podem ser, segundo Schmitz (2011), pessoas, organizações, grupos sociais ou referências e podem ser confiáveis ou duvidosas. Hall *et. al.* (1993) classifica as fontes em definidores primários (*primary definers*) e definidores secundários (*secondary definers*). Os primeiros são as fontes oficiais e preferidas da imprensa em função da notoriedade, poder etc.

4 REFORMA DA PREVIDÊNCIA EM FOCO

A Constituição Federal (CF) de 1988 previu três itens que visavam garantir a seguridade social e que seriam financiados de modo direto e indireto por toda a sociedade, a saber: saúde, assistência social e previdência social (Artigos 194 e 195). A principal maneira de acesso à previdência social pelos trabalhadores seria por meio da contribuição dos mesmos, o que possibilitava assim que outros trabalhadores que não pudessem contribuir pelo tempo determinado no mercado de trabalho, em função de acidentes e outras situações impeditivas, teriam uma forma de repor a renda por meio da previdência (GENTIL, 2003). Para atender os trabalhadores tanto do setor privado como os regimes próprios dos servidores públicos da União tem-se, no Brasil, o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), que é responsável pelas regras das contribuições sociais, atendendo assim a Constituição, que prevê direito a benefícios para todo o trabalhador que contribua com a previdência social (LAVINAS, ARAÚJO, 2017).

A CF instituiu ainda um piso previdenciário que garantia aos trabalhadores rurais um benefício na velhice mesmo que não tivessem contribuído no tempo determinado conforme os outros beneficiários (LAVINAS, ARAÚJO, 2017). Outro ponto da CF foi o seguro social em regime de repartição simples e a instituição do Regime Geral da Previdência Social (RGPS) e do Regime Próprio da Previdência Social (RPPS), sendo que o primeiro cobre uma quantidade mais diversificada de benefícios, atendendo trabalhadores em idade ativa, sejam eles autônomos, do setor privado, rural, donas de casa ou mesmo estudantes; já o segundo modelo atende o funcionalismo público federal, estadual, municipal e militar e é organizado pelos entes federados e supervisionado pela União. Há ainda o Regime de Previdência Complementar (RPC) ou Previdência Privada, que pode ser fechada ou aberta e tem como regime a capitalização (LAVINAS, ARAÚJO, 2017). Há também o Benefício de Prestação Continuada (BPC), um programa de transferência de renda equivalente a um salário mínimo para pessoas idosas e portadoras de

deficiência. É um programa que tem previsão constitucional (Artigo 203) e foi assegurado, em 1993, pela Lei Orgânica da Assistência Social (BPC/LOAS), com implementação de fato a partir de janeiro de 1996 (BARBOSA, SILVA, 2003).

A reforma da previdência esteve em pauta em diferentes governos: 1998 no governo de Fernando Henrique Cardoso; 2003 no governo de Luís Inácio Lula da Silva e em 2016 no governo de Michel Temer, que apresentou a PEC (Proposta de Emenda à Constituição) 287 de 2016 com o objetivo de alterar o regime de previdência vigente no país. A PEC propunha alterar os Arts. 37, 40, 109, 149, 167, 195, 201 e 203 da Constituição que dispõe sobre a seguridade social e estabelece regras de transição e dá outras providências. A maior preocupação da reforma era o envelhecimento populacional e os benefícios previdenciários em decorrência da mudança demográfica do Brasil (COSTANZI *et. al.*, 2018).

A reforma era apontada como uma necessidade para reduzir o déficit previdenciário que o sistema brasileiro suspostamente enfrentava com um gasto muito elevado. Costanzi *et. al.* (2018, p. 184) escreve que a reforma poderia abrir mais “espaço fiscal para o investimento público”, além de “gerar impactos positivos sobre a poupança agregada, a taxa de juros e o investimento privado”, podendo trazer “efeitos indiretos positivos sobre a produtividade do trabalho e o crescimento econômico”. Destaca-se algumas das alterações apresentadas para o RGPS (PEC nº 287/2016; COSTANZI *et. al.*, 2018):

- a) Na regra vigente no país a aposentadoria por tempo de contribuição (ATC) era de 35 anos de contribuição para homens e 30 anos para mulheres, sem idade mínima. A PEC propunha um fim gradual da ATC, com aplicação de uma nova regra de 65 anos de idade e 25 anos de contribuição.
- b) No regime vigente a aposentadoria por idade urbana aconteceria a partir de 65 anos para homens e 60 anos para mulheres com pelo menos quinze anos de contribuição. A proposta era de idade de 65 anos tanto para homens como para mulheres e 25 anos de contribuição para todos, com regra de transição.
- c) Aposentadoria por idade rural no modelo de previdência vigente era de 60 anos para homens e 55 anos para mulheres, com comprovação do exercício de atividade rural de pelo menos quinze anos. A PEC propunha idade de 65 anos para homens e mulheres, e o regime passaria a exigir contribuição individualizada.

Já para o RGPS, a PEC trazia as seguintes propostas para substituir o modelo vigente (PEC nº 287/2016; COSTANZI *et. al.*, 2018):

- a) No regime vigente, a aposentadoria era de homens com 60 anos de idade e 35 anos de contribuição e mulheres com 55 anos de idade e 30 anos de contribuição. A proposta era de a aposentadoria passar a ser a partir de 65 anos para homens e mulheres com 25 anos de contribuição.
- b) O regime de previdência em vigência garantia ainda paridade e integralidade para pessoas que entraram no serviço público até 2003. Quanto à instituição da previdência complementar facultativa para os RPPS, a PEC propunha manter a paridade e integralidade para quem entrou até 2003 se tinha mais de 50 anos de idade no caso de homens e 45 anos no caso das mulheres.

Para o BPC/LOAS, o regime vigente tinha o caráter não contributivo para idosos de 65 anos ou mais de idade e com deficiência, além de pessoas em situação de pobreza. A PEC propunha uma idade de acesso que cresceria de modo gradual de 65 anos para 70 anos e haveria desvinculação do salário mínimo (PEC nº 287/2016; COSTANZI *et. al.*, 2018). Lavinás e Araújo (2017) escrevem que, seguindo na contramão do que acontecia em diversos países da América Latina, o Brasil resistiu na década de 1980 em adotar um modelo privado de previdência.

No ano de 2017, áudios com o empresário Joesley Batista, presidente do grupo J&F e o então presidente da república, Michel Temer, foram divulgados na mídia, e a reforma foi deixada em segundo plano. Após conseguir barrar na Câmara as denúncias feitas pela Procuradoria-Geral da República (PGR), o presidente retoma a agenda de negociação de votos com deputados da Câmara para votação da reforma prevista para fevereiro de 2018, um ano de eleição presidencial. Em fevereiro, a tentativa de reforma da previdência foi cancelada pelo governo, 14 meses após ter iniciado o processo. A pauta, contudo, seguiu no cenário político durante o ano e com as eleições presidenciais.

5 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS E BASE DE DADOS

O presente estudo é definido como uma pesquisa aplicada, do tipo descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Em meio à estruturação do trabalho, busca-se no empirismo lógico a consolidação da pesquisa, por meio da coleta de dados nos sites de cobertura econômica e financeira do Brasil. O empirismo parte da análise do material empírico, que condiciona uma verificação sistêmica e consequentemente predestina os resultados de uma pesquisa. De acordo com Alves-Mazzotti e Gewandsoznajder (1999), o empirismo lógico permite que não seja atribuído qualquer valor de julgamento do pesquisador sobre a pesquisa, algo muito comum em pesquisas onde se utiliza o empirismo crítico.

A seleção do material empírico parte das publicações nos websites de cobertura econômica e financeira do Brasil que tratem exclusivamente sobre a pauta da “Reforma da Previdência”. A priori, os sites foram categorizados e selecionados de acordo com sua estrutura e relevância enquanto veículos de comunicação e avaliados através da Web Analytics, disponível no site da Similarweb.com e Alexa.com.

Considerando a heterogeneidade dos jornais, ou seja, que divergem quanto ao conteúdo, os websites selecionados foram: um website classificado como *financial market news website*, ou seja, o Infomoney; um site classificado como *economy and business news*, o Economia Estadão e; um website intermediário que, dadas as características, pode ser considerado tanto como um website do *financial market news website*, por conter um conteúdo mais técnico, com teor financeiro, como *economy and business news*, e por apresentar conteúdo mais abrangente sobre economia e finanças. Essas classificações das categorias de cada site de economia podem ser vistas dentro das plataformas de análise analítica do Similarweb.com e Alexa.com, bem como nos escritos de Zhang (2018). No quadro 1 constam os dados da Web Analytics para os sites selecionados.

Quadro 1- Web Analytics – Websites de economia e finanças

Website	Ranking Brasil	Visitas únicas (mês)	Interesse/ Composição	Similar
infomoney.com.br	185	17.50m	Finanças e Investimento	Money Times ADVFN
valor.globo.com	285	5.06m	Mídia/Finanças e Investimento	Infomoney Economia Estadão
economia.estadao.com.br	108	4.55m	Economia e negócios	Exame Valor Econômico

Fonte: Pesquisas individuais em Similarweb.com e Alexa.com (2020).

O Economia Estadão é uma editoria de economia do jornal O Estadão. Esse site pode ser considerado uma entidade tradicional de comunicação que passou a disponibilizar o conteúdo no espaço digital (PEREIRA, 2013). Há outros exemplos desse modelo como o jornal O Globo ou Folha de São Paulo e suas respectivas editorias. A editoria de economia do Estadão foi escolhida por ser o único dessas entidades importantes do jornalismo brasileiro que apresenta dados independentes sobre o número de acessos únicos mensais na Web Analytics, o que lhe proporciona a simetria com os outros sites selecionados. O “Globo Economia” e “Folha Mercado” foram desconsiderados ante o “Estadão Economia”, por não apresentarem dados independentes da Web Analytics sobre os números de acessos únicos mensais, ou seja, só são disponibilizados dados gerais do O Globo e Folha de S. Paulo.

O Infomoney é um website de economia e finanças mais voltado para o financeiro, com conteúdo mais técnico voltado para o mercado de ações e com opções nesse universo. É um dos maiores sites de economia financeira do Brasil e com média de acessos de 17.50 milhões únicos mensais. Dentro do ranking geral do Brasil entre os sites mais acessados, o Infomoney alcança a marca de 26.79 milhões de visitas únicas em setembro de 2018. Já o Valor Econômico pertence ao Grupo Globo, que detém exclusividade na promoção de conteúdo do jornal desde 2016, quando comprou a participação do Grupo Folha. De acordo com dados da Web Analytics, o site apresenta um número de 5.06 milhões de acessos únicos mensais. O website é um dos mais importantes do Brasil em assuntos econômicos, financeiros e de negócio, além de disponibilizar duas plataformas de informações financeiras e de investimento: O ValorData e Valor Investe.

A busca pelo material empírico nos sites aconteceu com a procura do termo “reforma da previdência”, seguido pelo respectivo mês: **“reforma da previdência jan 2018; reforma da previdência fev 2018; reforma da previdência mar 2018, [...]”**. Como material empírico, o Economia Estadão apresentou, ao todo, 1.300 publicações, o Infomoney 1.335 e o Valor Econômico não apresentou a quantidade de publicações em relação aos termos no período nos resultados de busca. O material empírico foi recortado para criação do *corpus*, mas foi necessário definir limites, como explica Maldonado (2006). Dessa forma, como critérios de recorte, foram selecionadas apenas publicações que tratassem como pauta principal a reforma da previdência, ou seja: contivessem no título o termo “reforma da previdência”; ou no lead, o foco da pauta, ou destaque de voz. Dados os critérios, foram selecionadas ao todo como *corpus* 887 publicações dos três veículos de comunicação. Sendo elas, 254 do Economia Estadão; 398 do Valor Econômico e 235 do Infomoney. A coleta em si revelou uma característica temporal im-

portante uma vez que existe um recorte temporal da concentração do número das publicações. Esse recorte concentra-se em três períodos: primeiro trimestre, entre janeiro, fevereiro e março, período de negociações, desistência e pós desistência; entre abril e setembro onde concentra publicações sobre debates, propostas e pesquisas sobre a reforma, e; entre outubro e novembro, período de propostas de candidatos na pré-eleição e pós-eleição.

A operacionalização dos métodos de tratamento do material empírico aconteceu da seguinte forma: todas as publicações passaram pela análise de vozes e foi possível averiguar a intensidade das vozes protagonistas durante todo o ano. A priori, as categorias de vozes foram selecionadas por meio de uma análise prévia das publicações de cada website. Para isso, seguiu-se com alternância de publicações de uma análise a cada 3 publicações e, dessa forma, foi possível considerar por relevância numérica 21 categorias das quais incluem vozes que representam governo, instituições, organizações, grupos e associações. O quadro 02 apresenta todas as categorias de vozes identificadas.

Quadro 02 – Categorias de Vozes identificadas

Nº	Vozes	Especificação
1	Empresarial	Diretores, gestores, economistas, administradores, estrategistas e donos de empresas de vários setores da economia, exceto entidades financeiras, como bancos e corretoras. Dentro eles estão Christopher Garman da Eurasia Group; Ricardo Ribeiro da MCM Consultores Associados; Sérgio Vale; Beny Parnes - XP e; Camila Abdelmalack da Capital Markets.
2	Parlamentares	Deputados, senadores, governadores, exceto Rodrigo Maia e Arthur Maia. Dentre eles estão Aguinaldo Ribeiro; Beto Mansur, Eduardo Bolsonaro; Eunício Oliveira; Kim Kataguirí e Romero Juca.
3	Candidatos à Presidência da República	Os principais candidatos à presidência da república, exceto Bolsonaro, como: Álvaro Dias (Podemos), Geraldo Alckmin (PSDB), Marina Silva (Rede), Guilherme Boulos (PSOL), Henrique Meirelles (MDB), Haddad (PT), João Amoêdo e Ciro Gomes (PDT).
4	Bolsonaro como candidato à presidência	Bolsonaro enquanto pré-candidato e candidato à presidência da República.
5	Bolsonaro como presidente eleito	Bolsonaro como presidente eleito da república do Brasil, após 28 de outubro de 2018
6	Especialistas	Vozes de especialistas sem representatividade empresarial ou acadêmica, como: consultores, consultores econômicos, estrategistas, gestores e cientistas políticos. Entre eles estão o cientista político Otávio Amorim Neto; economista Paulo Tafner; economista Márcio Pochmann; Hélio Zylberstajan; Raul Velloso; economista Guilherme Mello; economista José Mácio Camargo.
7	Instituições Financeiras	Economistas, consultores, diretores, administradores, gestores e donos de entidades financeiras. Dentre eles Cândido Bracher, presidente do Itaú Unibanco; Carlos Kawall do Banco Safra; Joaquim Levy do BNDES; Felipe Salto; Felipe Bottino; Jorge Marscal do USB; Maurício Oreg da Babobanck; Zeina Latif da XP Investimentos.
8	Paulo Guedes	Paulo Guedes como Ex-Ministro da Fazenda e Paulo Guedes como futuro Ministro da Economia

Nº	Vozes	Especificação
9	Agências de Classificação de Risco	Representantes, como diretores e chefes de divisões de Agências de Classificação de Risco. Dentre esses estão Samar Maziad da Moody's; Rafael Guedes da Fitch e Lisa Schineller da S&P.
10	Ministros do Governo	Vozes de Ministros e Ex-Ministros de Governos, exceto Paulo Guedes, Henrique Meirelles, Eduardo Guardia e Carlos Marun. Alguns foram Dyogo Oliveira do Planejamento; Eliseu Padilha da Casa Civil; Mailson da Nóbrega, ex-ministro da Fazenda e Onyx Lorenzoni da Casa Civil.
11	Instituições Acadêmicas e/ou de pesquisa	Universidades, Faculdades, Centros e Institutos de pesquisa. Dentro eles estão Hélio Zyberstajn da FIPE; Armando Castelar da IBRE/FGV; Luís Eduardo Afonso FEA/USP e Ricardo Carneiro da UNICAMP.
12	Michel Temer	Presidente da República do Brasil
13	Secretários do Governo	Secretários e ex-secretários do governo, exceto Carlos Marun: Mansueto Almeida e Ana Paula Vescovi do Tesouro; Marcelo Caetano e Rogério Marinho da Previdência e João Calos Gonçalves da Força Federal.
14	Banco Central	Presidentes e ex-presidentes do Banco Central como Henrique Meirelles: Afonso Celso Pastore; Armínio Fraga; Gustavo Franco; Pérsio Arida e Ilan Goldfajn.
15	Carlos Marun	Carlos Marun enquanto Ministro da Secretaria do Governo Temer.
16	Arthur Maia	Deputado e Relator da Reforma da Previdência em 2018.
17	Henrique Meirelles	Henrique Meirelles enquanto Ministro da Fazenda; Ex-Ministro da Fazenda; Pré-candidato e candidato à presidência da República.
18	Eduardo Guardia	Eduardo Guardia enquanto Ministro da Fazenda.
19	Rodrigo Maia	Rodrigo Maia enquanto Deputado e Presidente da Câmara dos Deputados.
20	Não se enquadra	Relatórios, estudos, pronunciamentos ou notas de entidades como FMI, OIT, BC, Agências de classificação de risco de crédito, IBRE, MDB, OCDE, The Economist, XP/IPESP, IPEA e fontes.
21	Outras Vozes	Prefeitos, vereadores e governadores: João Dória; Hamilton Mourão como candidato à vice-presidência e vice-presidente eleito; Ministros do STF, como Luís Roberto Barroso; Sindicatos, como Miguel Torres da Força Sindical; Jornalistas, como Mirian Leitão; Representantes de entidades, como Fábio Duran; representantes de outras entidades, como: FENAPREVI, CNI, OIT, NCST, IPEA e ANPR.

Fonte: Da pesquisa (2020)

Após criada a grade de categorias, ela foi aplicada ao restante do *corpus*. Todas as vozes de uma publicação foram observadas, sendo escolhida, por exemplo, dentro da publicação que tivesse três vozes diferentes, a que tinha aparecido na pré-análise. As categorias Outras Vozes representam categorias distintas e específicas nas quais não se obteve número relevante para criação de uma outra categoria. A categoria Não se Enquadra não indica vozes, mas emissão de documentos (fontes) com representação de órgão, instituições, pesquisas e entidades, acerca da reforma da previdência.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados são provenientes da cobertura dos jornais digitais Economia Estadão, Valor Econômico e Infomoney, por meio de uma análise de 887 publicações. A maioria das publicações provém do site Valor Econômico, com número absoluto de 398 (44,87%), seguido do Economia Estadão com 254 (28,64%) e Infomoney com 235 (26,49%) publicações. Cada website foi analisado separadamente e em conjunto, permitindo três categorias de resultados: i) concentração representativa geral das categorias de vozes; ii) o valor representativo de categorias de vozes por jornal e; iii) o protagonismo de vozes por período do ano.

Primeiramente, salienta-se que 389 (43.85%) das publicações se concentram entre os meses de janeiro, fevereiro e março de 2018. Iniciada de fato em janeiro de 2017, a proposta da reforma feita pelo governo Temer foi oficialmente suspensa em 19 de fevereiro de 2018. Nesse caso, em janeiro de 2018 houve maior concentração de publicações devido à votação que estava prevista para fevereiro. Em março, houve o efeito do cancelamento da reforma, o que também gerou um nível elevado de publicações pelos jornais. Entre outubro, novembro e dezembro, concentra-se a outra grande parte, com 309 (34.83%) das publicações, pois se estipulava uma nova tentativa de aprovação, novos debates e propostas de candidatos sobre a aprovação da mesma em seus respectivos governos.

Entre abril e setembro, concentra-se uma percentagem de 21.30% das publicações, sendo esse considerado um período mais moderado de debates acerca da reforma da previdência. Nesse período, houve maior incidência de publicações por parte do Valor Econômico, 9.25%, e Infomoney, 7.10%. Os dois jornais apresentavam mais discursos defensivos e pró-reforma, com concentração de vozes técnicas como especialistas, representantes de instituições acadêmicas e de pesquisa.

6.1 DISTRIBUIÇÃO DE VOZES

Como explicitado, a categoria Outras Vozes apresenta vozes distintas que individualmente não representam relevância numérica tanto quanto as que foram consideradas para formação das categorias em evidência, contudo, as vozes em conjunto, representa alta concentração. Dessa forma, não se desconsidera a categoria como voz protagonista. A tabela 01 mostra o resultado geral da análise de vozes.

Tabela 01 – Resultado geral da análise de vozes

Vozes	Nº Absoluto	Perc. (%)
Empresarial	32	3,61
Parlamentares	57	6,43
Candidatos à Presidência da República	35	3,95
Bolsonaro Como candidato à Presidência	16	1,80
Bolsonaro Como presidente Eleito	44	4,96
Especialistas	70	7,89

Vozes	Nº Absoluto	Perc. (%)
Instituições Financeiras	43	4,85
Paulo Guedes	34	3,83
Agências de Classificação de Risco	18	2,03
Ministros do Governo	48	5,41
Instituições Acadêmicas e/ ou de pesquisa	18	2,03
Michel Temer	81	9,13
Secretários do Governo	29	3,27
Banco central	14	1,58
Carlos Marun	40	4,51
Arthur Maia	22	2,48
Henrique Meirelles	47	5,30
Eduardo Guardia	29	3,27
Rodrigo Maia	68	7,67
Outras Vozes	97	10,94
Não se enquadra	45	5,07
Total	887	100,00

Fonte: Da pesquisa (2020)

Considera-se pelos resultados da tabela 01, que a categoria de vozes que teve maior representações, depois de Outras Vozes, foi Michel Temer com 9,13% de concentração, seguido de Rodrigo Maia com 7,67%. Os Parlamentares foram outras vozes protagonistas da pesquisa. Sem considerar Rodrigo Maia e Arthur Maia, alguns parlamentares em destaque foram Aguinaldo Ribeiro, Beto Mansur, Eunício Oliveira, Kim Kataguirí e Romero Juca.

Os Especialistas, como cientistas políticos, economistas, gestores e advogados contemplam a quarta categoria mais relevante de vozes. Em menor concentração se vê “Bolsonaro Como Candidato à Presidência” com 1,80% das vozes, categoria que só ganha mais destaque na análise temporal de períodos separados e Agências de Classificação de Risco de Crédito, com 2,03%. Lembrando que no ano de 2018, as Agências de Classificação de Risco de Crédito, Fitch, Moody’s e Standard & Poor’s, emitiram 2, 1 e 2 notas de classificação de risco soberano, respectivamente, com 3 rebaixamentos de notas. Muitas das avaliações retratavam as dificuldades do governo de aprovar a reforma. Dentre as vozes mais comuns estão os representantes das de Classificação de Risco de Crédito estão Samar Maziad da Moody’s, Rafael Guedes da Fitch e Lisa Schineller da S&P.

Para a amostra que cobre um número de 887 publicações e considerando a categoria Outras Vozes (10,94%), que concentra muitas vozes distintas, urge salientar quais vozes foram predominantes dentro da categoria. Alguns dos destaques foram Hamilton Mourão, pré-candidato, candidato e vice-presidente eleito, João Dória, Luís Roberto Barroso do STF e Fabio Duran-Valverde da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Na tabela 02 estão elencados os resultados com análises individuais de vozes por jornal. Os valores percentuais foram tabulados de acordo com a representação de cada jornal.

Tabela 02 - Distribuição de vozes por jornal

Vozes	ESTADÃO		VALOR		INFOMONEY	
	Absoluto	Perc. (%)	Absoluto	Perc. (%)	Absoluto	Perc. (%)
Empresarial	6	2,36	11	2,76	15	6,38
Parlamentares	22	8,66	16	4,02	19	8,09
Candidatos à Presidência da República	9	3,54	14	3,52	12	5,11
Bolsonaro Como Candidato à Presidência	0	0,00	9	2,26	7	2,98
Bolsonaro Como Presidente Eleito	15	5,91	17	4,27	12	5,11
Especialistas	17	6,69	26	6,53	27	11,49
Instituições Financeiras	11	4,33	14	3,52	18	7,66
Paulo Guedes	11	4,33	14	3,52	9	3,83
Agências de Classificação de Risco	5	1,97	9	2,26	2	0,85
Ministros do Governo	17	6,69	16	4,02	15	6,38
Instituições Acadêmicas e/ ou de pesquisa	6	2,36	11	2,76	3	1,28
Michel Temer	25	9,84	36	9,05	20	8,51
Secretários do Governo	9	3,54	12	3,02	5	2,13
Banco Central	5	1,97	7	1,76	5	2,13
Carlos Marun	17	6,69	19	4,77	4	1,70
Arthur Maia	7	2,76	11	2,76	4	1,70
Henrique Meirelles	16	6,30	22	5,53	9	3,83
Eduardo Guardia	8	3,15	14	3,52	6	2,55
Rodrigo Maia	17	6,69	35	8,79	16	6,81
Outras Vozes	28	11,02	58	14,57	11	4,68
Não se enquadra	3	1,18	27	6,78	16	6,81
TOTAL	254	100,00	398	100,00	235	100,00

Fonte: Da pesquisa (2020)

Sem considerar a categoria Outras Vozes, que representa maior concentração de vozes, o Economia Estadão e o Valor Econômico destacam as vozes de Michel Temer, Presidente da República, com 9,84% e 9,05%, respectivamente, permitindo verificar uma homogeneidade nas categorias analisadas. Contudo, enquanto Economia Estadão dá ênfase para Parlamentares como segunda categoria de vozes mais relevante com 8,66%, o Valor Econômico destaca-se por apresentar mais vozes de Rodrigo Maia (8,97%).

Percebe-se pela distribuição que o Economia Estadão, apresenta mais fontes do campo político, com cobertura mais específica para os processos e movimentações de agentes desse campo como deputados, senadores, presidenciáveis, presidente e secretários. O oposto acontece com o Valor Econômico e Infomoney, com ampliação de um teor mais técnico. O Valor, por exemplo, concentrou-se mais na categoria Outras Vozes (14,57%), o que não prioriza exclusivamente vozes políticas, mas sim de representantes de outras entidades empresariais, associações, sindicatos etc. Já o Infomoney apresenta uma concentração mais distributiva das vozes. Como primeira categoria, o Infomoney prioriza destaque para Especialistas (11,49%) e alguns dos destaques dessa categoria são Octavio Amorim Neto, cientista político, seguido de Paulo Tafner, economista que, junto com Arminio Fraga, formulou o projeto da reforma da previdência do governo Temer; Márcio Pochmann, economista; Flávio Cunha, economista; Raul Velloso, economista e consultor da previdência. Na tabela 03 tabula-se os resultados provenientes da análise temporal das vozes nos veículos de comunicação.

Tabela 03 - Protagonismo temporal

Vozes	Concentração de vozes por mês em (%)											
	dez	nov	out	set	ago	jul	jun	mai	abr	mar	fev	jan
Empresarial	2,25	4,96	6,06	9,52	0,00	10,34	0,00	0,00	2,94	2,63	2,12	1,88
Parlamentares	1,12	13,22	11,11	1,59	0,00	0,00	5,88	6,90	0,00	0,00	8,99	5,00
Candidatos à Presidência da República	0,00	0,00	3,03	11,11	52,63	0,00	11,76	17,24	5,88	5,26	1,06	1,25
Bolsonaro Como candidato à Presidência	0,00	0,00	12,12	0,00	0,00	10,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,63
Bolsonaro Como Presidente Eleito	11,24	22,31	7,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Especialistas	7,87	12,40	10,10	14,29	5,26	10,34	5,88	13,79	8,82	10,53	4,76	2,50
Instituições Financeiras	5,62	8,26	4,04	0,00	15,79	17,24	5,88	0,00	11,76	7,89	1,59	3,13
Paulo Guedes	10,11	11,57	6,06	3,17	5,26	0,00	0,00	0,00	0,00	2,63	0,00	0,63
Agências de Classificação de Risco	3,37	1,65	0,00	6,35	0,00	0,00	0,00	6,90	0,00	2,63	1,06	2,50
Ministros do Governo	11,24	4,96	7,07	1,59	5,26	3,45	0,00	10,34	2,94	0,00	5,29	5,00
Instituições Acadêmicas e/ ou de pesquisa	3,37	0,83	4,04	4,76	0,00	3,45	0,00	0,00	8,82	0,00	0,53	1,25
Michel Temer	6,74	0,83	2,02	9,52	0,00	3,45	0,00	13,79	0,00	13,16	11,64	21,25
Secretários do Governo	7,87	0,83	1,01	3,17	5,26	10,34	0,00	0,00	8,82	0,00	3,70	2,50
Banco Central	0,00	3,31	2,02	3,17	0,00	0,00	11,76	3,45	0,00	0,00	0,00	1,88

Vozes	Concentração de vozes por mês em (%)											
	dez	nov	out	set	ago	jul	jun	mai	abr	mar	fev	jan
Carlos Marun	0,00	0,00	2,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,26	11,64	8,75
Arthur Maia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,89	7,94	2,50
Henrique Meirelles	0,00	0,83	0,00	0,00	0,00	6,90	0,00	10,34	8,82	15,79	7,94	10,63
Eduardo Guardia	5,62	0,83	2,02	14,29	0,00	3,45	11,76	6,90	14,71	0,00	1,06	0,00
Rodrigo Maia	5,62	0,00	1,01	0,00	0,00	3,45	11,76	0,00	0,00	7,89	15,34	16,88
Outras Vozes	16,85	13,22	14,14	14,29	10,53	10,34	29,41	3,45	14,71	15,79	6,88	5,00
Não se enquadra	1,12	0,00	5,05	3,17	0,00	6,90	5,88	6,90	11,76	2,63	8,47	6,88
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Da pesquisa (2020)

No primeiro trimestre há um destaque para categoria Michel Temer, que também é destaque no mês de janeiro com 21,25% de concentração de voz. No mês de janeiro, o presidente Michel Temer buscava negociações com deputados na Câmara para a reforma da previdência. No início do mês de fevereiro, período que antecede a expectativa de votação, o presidente chegou a declarar que possuía 271 votos negociados, dos 308 que precisava para aprovação. A voz do presidente também é relevante no mês de fevereiro, período estimado para votação na Câmara, com 11,64% e março com 13,16%. Considerando apenas as análises das 387 publicações nesses três primeiros meses do ano, a categoria de vozes do presidente detém um percentual de 15,76%, seguido de Rodrigo Maia com 15,25%. A categoria de voz Rodrigo Maia ganha destaque em fevereiro com 15,34% no mês. Rodrigo Maia, que é Presidente da Câmara desde julho de 2016, ganhou destaque no cenário político ao buscar negociações de votos para proposta da reforma da previdência com os demais deputados. O parlamentar também se faz presente com alta concentração no mês de janeiro como segunda categoria mais relevante (16,88%).

Outro destaque no mês de fevereiro foi Carlos Marun (11,64%), Ministro da Secretaria da Presidência do governo Temer desde de 2017. Com atuação e articulação política do governo sobre a reforma da previdência, o parlamentar alcança uma concentração percentual de 9,82% do total de 387 publicações analisadas no primeiro trimestre do ano, o mesmo valor percentual da categoria de Henrique Meirelles. O economista, enquanto Ministro da Fazenda no primeiro semestre, tornou-se o principal destaque no mês de março com 15,79%. No mês de abril, Henrique Meirelles deixa o Ministério da Fazenda e torna-se pré-candidato e depois candidato à eleição presidencial pelo MDB. Nesse sentido, a categoria de vozes Henrique Meirelles a partir de abril passa a agente político dentro das concentrações de vozes supracitadas.

Os meses de abril e setembro foram o período mais moderado de publicações sobre a reforma da previdência. Eduardo Guardia, que assumiu o Ministério da Fazenda, sucedendo Henrique Meirelles em abril de 2018, foi destaque no mês de abril com 14,71% de concentração. No mês de maio, os destaques foram para os Candidatos à Presidência da República (17,24%) e Especialistas (13,79%). Eduardo Guardia ganha novamente relevância no mês de junho com 11,76%, juntamente com Candidatos à Presidência da República (11,76%). No mês de julho,

o destaque foi para as Instituições Financeiras com 17,24% e novamente para Candidatos à Presidência da República (52,63%) em agosto. Para conhecimento, junho e agosto foram os meses com menor número de publicações, com 17 (1,91%) e 19 (2,10%), respectivamente. Em setembro, o protagonismo foi dos Especialistas e novamente Eduardo Guardia, ambos com 14,29% de representatividade.

Entre abril e setembro também se destacaram Outras Vozes distintas, especialmente de representantes de entidades como FENAPREVI, CNI, NCST, IPEA, ANPR, e outros representantes como Miguel Torres da Força Sindical; Jornalistas como Miriam Leitão e representantes de entidades como Fábio Duran da OIT. A relevância da categoria também se faz presente nos meses de abril (14,71%), junho (29,41%), julho, agosto e setembro com 10,34%, 10,53% e 14,29% respectivamente. Se for considerar o número total de 191 publicações analisadas entre os meses de abril e setembro, é possível notar o protagonismo das vozes dos Candidatos à Presidência da República (9,25%), seguido de Especialistas com 7,33%.

No último trimestre do ano, entre os meses de outubro e novembro, um novo protagonismo surge, dessa vez dentro de uma nova conjuntura política que se instaura. Além das Outras Vozes (14,14%), o protagonismo no mês de outubro, proveniente da análise de publicações nesse mês é de Bolsonaro Como Candidato à Presidência (12,12%), que se destaca entre os presidenciais, seguido dos Parlamentares (11,11%) e Especialistas (10,10%). Em novembro, o protagonismo de Bolsonaro se repete, mas dessa vez na categoria de vozes Bolsonaro Como Presidente Eleito (22,31%), seguido novamente dos Parlamentares (13,22%). No mês de dezembro, depois de Outras Vozes (16,85%), Bolsonaro Como Presidente Eleito ganha novamente destaque com 11,24% das vozes. Considerando o número absoluto de 309 publicações analisadas entre outubro e dezembro, tabula-se o destaque para as vozes de Bolsonaro Como Presidente Eleito (14,24%); Especialistas (10,26%); Parlamentares (9,06%), sem considerar os 14,56% de Outras Vozes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve o objetivo de analisar as publicações do jornalismo econômico e das finanças nos sites Infomoney, Valor Econômico e Economia Estadão, para identificar as vozes protagonistas sobre a reforma da previdência no ano de eleição presidencial. Os resultados puderam demonstrar que as fontes podem condicionar várias categorias de resultados e interpretações, sejam elas geral, temporal ou por veículo de comunicação. Com os resultados, é possível observar a estrutura dos jornais que enfatizam mais ou menos vozes de determinada categoria de acordo com sua característica enquanto veículo de comunicação. Enquanto o Economia Estadão frisava mais os eventos relacionados ao campo político, o Infomoney, que é um site mais técnico, apresentava mais especialistas do campo econômico.

De maneira geral, foi possível demonstrar resultados contrários à hipótese especulada de que as vozes que mais se concentrariam nos sites no ano de 2018 seriam dos Candidatos à Presidência da República. Assim, a pesquisa mostra que o protagonismo de fontes veio do próprio governo, com a representatividade de vozes do próprio presidente Michel Temer. Rodrigo Maia, Especialistas e Parlamentares seguem o protagonismo como segunda, terceira e quarta voz mais representativa, respectivamente.

O protagonismo de Michel Temer, Rodrigo Maia e Parlamentares aconteceu no Economia Estadão, entidade de comunicação que migrou do conteúdo impresso para o digital e que denota uma tradicionalidade mais política do que econômica. Já os Especialistas foram mais comuns no Infomoney, seguido do Valor Econômico, que são jornais que possuem conteúdo mais digital e econômico-financeiro. Essas peculiaridades entre os jornais são visíveis uma vez que o Estadão é uma entidade mais tradicional e focou em fontes do campo político, como Michel Temer, Rodrigo Maia, Carlos Marun e Parlamentares. O Infomoney, que é um site de economia mais voltado para finanças, possui distribuição homogênea entre as categorias, priorizando os Especialistas, logo depois Michel Temer; Parlamentares e Instituições Financeiras.

O protagonismo temporal no primeiro trimestre não demonstrou outras vozes relevantes. O protagonismo novamente foi para Michel Temer, seguido de Rodrigo Maia. Esse protagonismo no primeiro trimestre do ano foi o que levou a categoria Michel Temer à concentração de vozes geral do ano. As publicações em torno de Michel Temer sobre previdência eram de fato enfatizadas pelo jornalismo econômico e financeiro. Foram 81 publicações com vozes do presidente, ante 87 de Outras Vozes, a categoria mais abrangente. O protagonismo temporal das vozes de Candidatos à Presidência da República só veio entre o segundo e o terceiro trimestre (entre abril e setembro). Nesse período, essa categoria foi destaque em maio, junho e julho e no quantitativo geral desse período, seguida de Especialistas. Outros resultados relevantes no mesmo período mostram a concentração de vozes de Instituições Financeiras e Eduardo Guardia. No último trimestre do ano, os dados mostraram resultados específicos para Bolsonaro como Presidente Eleito, seguido de Especialistas e Parlamentares. A categoria Outras Vozes foi destaque em todos os semestres, em especial nos meses de março, junho e dezembro. Por ser uma categoria mais abrangente, não foi avaliada como protagonista, e o mesmo acontece para “Não se enquadra”.

Em suma, a pesquisa releva que o protagonismo de vozes no primeiro trimestre foi mais relevante que o protagonismo no último trimestre do ano, o que evidencia que os jornais enfatizaram uma perspectiva favorável de aprovação da reforma pelo governo do período atual e não pelos governos futuros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, A. A. de. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, A. A. de; LATTMAN-WELTMAN, F; KORNIS, M. A. **Mídia e Política no Brasil: jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

AGOSTINI, R. **Presidência ganha força no debate presidencial**. Estadão Economia. Disponível em: <<https://is.gd/3owPBq>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

ALVES-MAZZOTTI, A. J; GEWANDSOZNAJDER, F. **O método nas ciências sociais naturais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. Ed. São Paulo: Editora Pioneira, 1998.

BARBOSA, M. M. M; SILVA, M. O. S. **O Benefício de Prestação Continuada–bpc: desvendando suas contradições e significados**. 2003.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Proposta de Emenda à Constituição PEC Nº 287/2016**. Altera os arts. 37, 40, 109, 149, 167, 195, 201 e 203 da Constituição, para dispor sobre a seguridade social, estabelece regras de transição e dá outras providências. Disponível em: <<https://is.gd/cGhp0s>>. Acesso em: 28 abr. 2020.

CALDAS, S. **Jornalismo Econômico**. São Paulo, Contexto, 2008.

_____. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2003.

CHAPARRO, M. C. **Iniciação a uma teoria das fontes**: tipificação das fontes. O xis da questão (blog), 12 set. 2010. Disponível em: <<http://www.oxisdaquestao.com.br>>. Acesso em: 08 abr. 2020.

COSTANZI, R. N, et al., Reforma Da Previdência Social. In: **Breve análise da nova projeção da população do IBGE e seus impactos previdenciários**. Brasília: Ipea, 2018.

CUNHA, K. S. Da. **Reambientação do jornalismo popular no meio digital**: uma análise do diário gaúcho e do extra. Tese de Doutorado. 2015. 274 f. Pontifícia universidade católica do rio Grande do Sul Faculdade de comunicação social. Porto Alegre, 2015.

HALL, S. et al. **A produção social das notícias**: o mugging nos media. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: VEJA, 1993.

INFOMONEY. 2018. **InfoMoney foi o site de economia mais lido do Brasil em setembro**. Disponível em: <<https://is.gd/nlw57x>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

JACOBINI, Maria Lucia De Paiva. A content analysis of the economy sections of Folha de S. Paulo and O Estado de S. Paulo. **Brazilian Journalism Research**, v. 4, n. 2. 2008.

KUCINSKI, B. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo 2007.

LAVINAS, Lena; ARAUJO, Eliane de. Reforma da previdência e regime complementar. **Revista de Economia Política**, v. 37, n. 03, p. 615-635, 2017.

LENE, H. O jornalismo de economia e a ditadura militar no Brasil: impulso e desenvolvimento. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 17, n. 2, p. 24-32. 2010.

_____. **O jornalismo de economia e a reinvenção do Brasil no final do século XX**. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

_____. O jornalismo e a construção do verdadeiro no campo econômico: uma análise à luz das reflexões bakhtiana e foucaultiana sobre discursos. **Anais...1º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em comunicação do Rio de Janeiro 22, 23 e 24 de novembro de 2006 – Rio de Janeiro – UFRJ**.

_____. **Jornalismo de economia no Brasil**. Editora UFRB, 2013.

MACHADO, E. **O Ciberespaço Como Fonte para os Jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MALDONADO, A. E. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processo**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo Na Web: Uma Contribuição Para O Estudo Do Formato Da Notícia Na Escrita Hipertextual**. Tese de doutorado. 2003. 246 f. Programa De Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporânea. Universidade Federal Da Bahia, 2003.

PEREIRA, F. H. A study on Brazilian web journalists' professional careers. **Communication & Society/Comunicación y Sociedad**, v. 26, n. 4, p. 127-151. 2013.

PINTO, M. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade, Braga**, v. 14, p. 277-294, 2000.

QUINTÃO, A. F. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

SCHMITZ, A. A. **Classificação das fontes de notícias**. 2011. Disponível em: < <https://is.gd/ZF5ZJC> > Acesso em: 26 abr. 2020.

TRAQUINA, N. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1993.

WAISBORD, Silvio. The 5Ws and 1H of Digital Journalism. **Digital Journalism**, v. 7, n. 3, p. 351–358, 2019.

ZHANG, Sanya et. al. Best Practices of News and Media Web Design: An Analysis of Content Structure, Multimedia, Social Sharing, and Advertising placements. **International Journal of Business Analytics**, v. 5, n. 4, 2018.

SIMILARWEB. **Analysis of the web** - Economia Estadão. Disponível em: <<https://is.gd/zLRRSV>>. Acesso em: 20 abr 2020.

SIMILARWEB. **Analysis of the web** - **Infomoney.com.br**. Disponível em: <<https://is.gd/DdkB6m>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

SIMILARWEB. **Analysis of the web** - **Valor Econômico**. Disponível em: <<https://is.gd/ZAEDZK>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

QUE TIPO DE CONHECIMENTO PRODUZEM OS JORNALISTAS? TRADUÇÃO, MEDIAÇÃO E AUTORIA NO JORNALISMO BRASILEIRO³²

Tomás Undurraga

Tentando explicar em que consiste o trabalho jornalístico e como e o que os jornalistas produzem de conhecimento com a produção de notícias, uma repórter especial de um dos mais reputados jornais do Brasil comentava:³³

O bom jornalismo é aquele que reúne diferentes pontos de vista de um fato, ouve todos os lados de uma história e constrói uma narrativa inteligível acessível a qualquer pessoa. Portanto, o trabalho requer mediação entre o fato e o leitor. Essa mediação é o que o jornalista faz.

A mediação e tradução (LATOURET, 2005) que os jornalistas fazem entre os fatos que eles pesquisam e a realidade descrita para os leitores é um de seus aportes principais a produção de conhecimento. A distinção de Latour (2005: 39) entre intermediários e mediadores é fértil para melhor compreender o trabalho dos jornalistas descrito acima. Enquanto os intermediários transportam a força e/ou o conteúdo expresso por alguma outra entidade mais ou menos sem transformação, os mediadores traduzem, transformam, distorcem e modificam o significado ou os elementos que devem transportar e transmitir. Intencional ou involuntariamente, em toda tradução há um deslocamento, um movimento, no qual algo é retido e algo perdido (LAW, 2002). Mas, que tipo de conhecimento é produzido pelos jornalistas nessas mediações e como ele é produzido? Essa pergunta sobre a produção de conhecimento no jornalismo brasileiro e o que este artigo busca responder.

Em consonância com pesquisas etnográficas recentes relacionadas à produção de conhecimento em agências de publicidade (ARIZTÍA, 2015), agências regulatórias (ONTO, 2014) e agências de notícias (BOYER, 2013), examina-se a redação como um lugar de conhecimento e,

32 Este capítulo é uma modificação superficial de um artigo publicado pela revista *The Sociological Review*, Vol 66 (1) (Undurraga, 2018). Agradeço aos editores da revista pela gentileza de permitirem a divulgação neste livro.

33 Este trabalho recebeu apoio financeiro do European Research Council (FP7/ 2007-2013) / bolsa ERC 283754 e na última fase de ANID - Fondecyt de Iniciación N° 11180611, Chile. Sou muito grato por comentários úteis sobre os esboços anteriores deste artigo de Sasha Mudd, Tiago Mata, Sidsel Nelun, Lyss Rome, Dave Gilson, Carla Moscoso, Juan Andrés Guzmán, Antonio Pedroso e Gustavo Onto. Sou especialmente grato pela generosidade de muitos jornalistas brasileiros que compartilharam suas práticas e perspectivas de trabalho comigo.

em particular, como os jornalistas fazem a mediação as proposições de conhecimento feitas por especialistas, formuladores de políticas e o público leigo e como eles negociam com fontes de outros campos no processo de produção de notícias.

O jornalismo tem uma relação incerta com o conhecimento. Por um lado, as notícias produzidas por jornalistas são uma das vias mais significativas pelas quais a sociedade adquire conhecimento do mundo. Os jornalistas desempenham um papel especial na democracia, ajudando a sinalizar tópicos de interesse público e nossa visão deles (DONSBACH, 2014). O jornalismo é uma atividade vital de “construção da realidade” (SCHUDSON, 2005), que, apesar do crescente papel de blogueiros, redes sociais e repórteres cidadãos, mantém grande parte de seu monopólio natural sobre o fornecimento do conhecimento público cotidiano. Por outro lado, o jornalismo tem dificuldade em reivindicar um corpo disciplinar exclusivo de conhecimento e, portanto, luta para defender seu status profissional (ABBOTT, 1988; SCHUDSON; ANDERSON, 2009). À luz disso, a relação do jornalismo com o conhecimento pode parecer mais tênue do que a de outras profissões.

Considerando o papel central que a mídia e o jornalismo desempenham na formação das sociedades modernas, e ainda a relação ambivalente desse com o conhecimento, este artigo explora duas questões principais: como os jornalistas acham que é sua contribuição para o conhecimento e sua produção?; e o que a concepção deles sobre o conhecimento e sua produção revela sobre o jornalismo como profissão e sua relação com o conhecimento hoje? Considerando a existência de diferentes gêneros jornalísticos (HALLIN; MANCINI, 2004), este estudo investiga as questões acima no caso do Brasil.

O artigo é baseado em um etnografia multi-sítio de dois dos jornais mais influentes do Brasil; O Globo no Rio de Janeiro e Valor Econômico em São Paulo. Utiliza material coletado por 10 meses nessas redações durante 2013, 2014 e 2015; 61 entrevistas com repórteres, editores e equipe de suporte do O Globo e Valor; 17 entrevistas com importantes jornalistas brasileiros de outros meios de comunicação; e 17 entrevistas com intelectuais que rotineiramente contribuem para a mídia. Os jornalistas selecionados para a entrevista se enquadram nas três categorias a seguir: i) jornalistas de economia e de política influentes; ii) jornalistas que trabalham nos jornais e revistas mais importantes; e iii) editores executivos e editores de seções de O Globo e Valor, além de repórteres e repórteres especiais de diferentes seções. Dos 78 jornalistas entrevistados, temos a seguinte caracterização: 30 eram do sexo feminino e 48 do masculino; 44 eram editores executivos, editores ou colunistas e 34 eram repórteres ou analistas. De maneira geral, todos os entrevistados pertencem à elite do jornalismo político-econômico no Brasil (PEDROSO, 2015; PEDROSO; UNDURRAGA, 2017). Todas as fontes entrevistadas conheciam os objetivos da pesquisa e assinaram um “termo de consentimento”. Enquanto estava nas redações do O Globo e do Valor, observei jornalistas e editores em ação enquanto trabalhavam em reportagens, realizavam reuniões editoriais e produziam notícias. No Valor, em particular, os editores executivos não apenas me permitiram participar de reuniões e acompanhar suas atividades, como também permitiram que eu ocupasse uma mesa não utilizada entre jornalistas que trabalhavam na principal sala de redação de notícias.

O artigo está organizado da seguinte forma. Primeiro, discute as formas tradicionais pelas quais a produção do conhecimento foi teorizada no jornalismo e examina suas deficiências. Segundo, preparei o terreno para o exame de jornalistas no Brasil, observando a configuração atual do campo jornalístico. Terceiro, examino o que os jornalistas acham sobre a contribuição

deles para o conhecimento e da sua produção no Brasil em relação a quatro dimensões: profundidade, autoria, influência e especialização. Discuto cada uma dessas condições ideais e as várias restrições epistemológicas e estruturais que fazem muitos jornalistas brasileiros hesitarem em sua contribuição para o conhecimento. Por fim, discuto as diferentes noções de conhecimento empregadas pelos jornalistas - implícita ou explicitamente - e sugiro que a contribuição dos jornalistas para o conhecimento talvez seja melhor captada em seu papel de mediadores.

2 TEORIZANDO O CONHECIMENTO NO JORNALISMO

O conhecimento no jornalismo é estudado nas ciências sociais há quase um século (LIPPMANN, 1922; PARK, 1940; ZELIZER, 1993; SCHUDSON, 2005). Em particular, a contribuição do jornalismo à produção de conhecimento por meio da produção de notícias foi analisada de três maneiras diferentes: distinguindo o conhecimento científico do jornalístico, avaliando a capacidade do jornalismo de definir uma jurisdição profissional exclusiva e estudando o jornalismo como uma comunidade de práticas.

Notícias e conhecimentos foram originalmente analisados em termos do tipo de informação que jornalistas e cientistas sociais produzem (LIPPMANN, 1998; PARK, 1940). Lippmann, por exemplo, defendeu uma diferença irreconciliável entre jornalistas e cientistas sociais, sustentando que notícias e verdade não são a mesma coisa. Enquanto a função das notícias e dos jornalistas que as produzem é “sinalizar um evento”; a função da verdade e os cientistas que a produzem é “trazer à luz os fatos ocultos, colocá-los em relação um com o outro e fazer uma imagem da realidade na qual os homens podem agir” (LIPPMANN, 1922/1998, p. 358) O jornalista, diferentemente do cientista, não tem um teste da verdade em que possa confiar. De maneira semelhante, Park (1940) argumentou que, se o conhecimento era formal, analítico, sistemático e científico, as notícias eram apenas um “conhecimento de algo” não sistemático, intuitivo e mais próximo do senso comum. Nas interpretações de Park e Lippmann, se as notícias contam como conhecimento, é uma forma básica de conhecimento - principalmente a notificação de um evento, e não uma explicação.

O conhecimento no jornalismo também foi estudado a partir da sociologia das profissões. Sob esse prisma, o jornalismo é analisado como uma ocupação que tenta reivindicar autoridade e status e exercer controle social sobre uma jurisdição específica (ABBOTT, 1988). As profissões investem na manutenção de fronteiras, marginalizando os não profissionais que se intrometem em sua arena ou se envolvem em “disputas jurisdicionais” com as profissões vizinhas. Nessa visão, o jornalismo tem dificuldades para reivindicar a posse de um conhecimento especializado exclusivo que definiria suas fronteiras (SCHUDSON; ANDERSON, 2009); a jurisdição jornalística tem fronteiras notavelmente porosas. Apesar de associações profissionais e programas de graduação, o jornalismo admite indivíduos com “qualificações” variadas - por exemplo, historiadores, economistas, filósofos. A proliferação de blogs e redes sociais minou ainda mais as fronteiras disciplinares e de maneira nova, permitindo que mais vozes preenchessem a esfera da mídia.

Terceiro, o conhecimento no jornalismo foi estudado a partir de uma perspectiva de estudos culturais (ZELIZER, 1993; REVERS, 2014). Aqui o jornalismo é analisado como uma comunidade interpretativa na qual normas, valores e ferramentas de interpretação comparti-

lhados identificam a profissão. “Embora todos os grupos profissionais sejam constituídos por corpos formalizados de conhecimento, grande parte da autoridade interpretativa dos jornalistas não reside no que eles sabem, mas em como eles representam seus conhecimentos” (ZELIZER, 1993, p. 234). Nesse sentido, a capacidade discursiva dos jornalistas de interpretar eventos e torná-los publicamente significativos sustenta a produção de conhecimento no jornalismo. Os repórteres usam técnicas de narrativa - por exemplo, sinédoque, personalização - tanto para consolidar sua posição de “dizer a verdade” em relação a outros grupos quanto para manter a coerência interna do grupo.

Essas teorias lançam luz sobre a relação do jornalismo com o conhecimento de diferentes maneiras, mas também têm suas deficiências. Minhas descobertas etnográficas no Brasil sustentam uma visão do jornalismo muito mais focada em análise e explicação, em contraste à concepção de “apenas os fatos” do jornalismo tratado por Lipmann e Park. Muitos pesquisadores reconhecem hoje que os jornalistas procuram rotineiramente ir muito além da mera reportagem do que aconteceu (DONSBACH, 2014). Além disso, muitos rejeitam a visão idealizada da ciência como conhecimento objetivo no qual o trabalho de Lipmann e Park parece se basear. A ciência, assim como o jornalismo, é influenciada por suposições culturais, sociais e profissionais e por agentes humanos e não humanos (LATOURET, 2005).

Com relação à literatura sobre profissionalização, a descrição de Abbott *et al.* lança luz sobre certas características do jornalismo brasileiro como a falta de um corpo abstrato de conhecimento especializado. Essa literatura, no entanto, não captura uma característica essencial do jornalismo, a saber, seu papel de mediador na intermediação do conhecimento. O quadro analítico de Eyal (2013) nos permite capturar isso melhor. Em vez de focar nos atributos individuais de especialistas profissionais, Eyal (2013, p. 863) propõe analisar a expertise como “uma rede que liga agentes, dispositivos, conceitos e arranjos espaciais e institucionais”. A expertise dos jornalistas, nesse sentido, inclui as redes, práticas e experiências que os levam a um estilo distinto de mediação através do qual eles tendem a produzir notícias melhores e mais precisas.

Ao distinguir os rumores dos fatos e marcar o que é mais relevante para a sociedade, os jornalistas estão constantemente traduzindo eventos relatados e ajudando vários públicos a entender o mundo. Nesse sentido, os jornalistas têm o que Collins & Evans (2007) chamam de ‘experiência interacional’, ou seja, a expertise de sintetizar e traduzir o conhecimento especializado de outras pessoas para não especialistas. Eu descobri que muitos jornalistas brasileiros são mais do que intermediários passivos - transferindo informações inalteradas entre fontes. Em vez disso, eles atravessam fronteiras profissionais (GIERYN, 1999; REVERSON, 2014), misturando fontes, especialistas e conhecimentos. Ou seja, ao traduzir notícias e opiniões, eles fazem mais do que apenas descrever conhecimentos especializados; eles também oferecem novas interpretações que influenciam o pensamento de especialistas e do público leigo. Curiosamente, também descobri que apenas alguns jornalistas, e não outros, reconhecem suas habilidades de intermediação de conhecimento.

3 O CAMPO JORNALÍSTICO BRASILEIRO: LUTANDO POR UMA IMPRENSA TOTALMENTE LIVRE EM UM PAÍS POLARIZADO

Antes de explorar a relação dos jornalistas com o conhecimento no Brasil, é importante montar o cenário olhando o campo jornalístico em que trabalham (BOURDIEU, 2005). A esfera da mídia no Brasil, de várias maneiras, encapsula as contradições da história recente do país. Por um lado, a mídia tem sido um fator fundamental na democratização da sociedade brasileira desde os anos 80, promovendo mudanças sociais e políticas (WAISBORD, 2000). Por exemplo, com exceção das Organizações Globo, a mídia canalizou a pressão do público pelo retorno à democracia, fortalecendo a campanha *Diretas Já!* para as eleições que encerraram a ditadura (1964 -1985); desempenhou um ‘papel de serviço’ na explicação das crises inflacionárias no Brasil (NASSIF, 2003) e um ‘papel de investigação’ no exame de controvérsias políticas, como o impeachment do presidente Collor e os escândalos de corrupção de Mensalão e Petrobras. Por outro lado, os legados da ditadura militar (1964-1985) também permanecem enraizados na mídia brasileira.

Em 1964, os jornais dominantes apoiaram o golpe militar - por exemplo, O Estado de S. Paulo, Gazeta Mercantil, O Globo - e foi nesse período que surgiram os grandes oligopólios da informação. Assim, a ditadura desempenhou um papel fundamental na formação do oligopólio contemporâneo dos grupos de mídia. O domínio contínuo das Organizações Globo (em TV, rádio, TV a cabo, imprensa) é representativo desse legado (PORTO, 2012). Dez ou mais grandes grupos econômicos familiares dividem entre si o mercado da comunicação de massa (Repórteres Sem Fronteiras, 2013). O monopólio da produção noticiosa exercido por esses poucos grupos restringe a diversidade de vozes e interesses representados na esfera pública.

Apesar de muitos avanços na profissionalização e de um papel de fiscalizador da democracia, a mídia brasileira continua lutando para desenvolver um sistema de mídia pluralista, mas os vínculos do Estado, o clientelismo político e o partidarismo da mídia atrapalham (MATOS, 2008). Diferentemente dos sistemas de mídia pluralistas que tendem a reproduzir o equilíbrio político de suas próprias sociedades (HALLIN; MANCINI, 2004), a concentração do poder da mídia no Brasil dificulta a manifestação desse tipo de ‘equilíbrio de mercado’. O governo ainda usa licenças de transmissão como uma forma de patrocínio político, e a mídia regional continua partidária, com ‘coronéis’ oligárquicos no controle de estações de rádio e televisão. Por isso é dito que o Brasil é o país dos ‘30 Berlusconi’ (Repórteres Sem Fronteiras, 2013). A autorregulação da mídia, portanto, falha em garantir independência e diversidade, uma falha que é particularmente visível na fraca representação dos interesses da classe trabalhadora (BIROLI; MIGUEL, 2012).

4 PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO NO JORNALISMO BRASILEIRO: TRADUÇÃO, MEDIAÇÃO E AUTORIA

O jornalismo abrange um amplo conjunto de conhecimentos - desde a descrição do que atores poderosos dizem e reproduzindo comunicados de imprensa, até a sinalização de eventos importantes e desenterrar coisas que ninguém sabia anteriormente. As notícias que os jornalistas

fazem a mediação podem ser imperfeitas, mas, ao selecionar histórias e enquadramentos, os jornalistas ajudam a sedimentar o conhecimento público. Essa ‘expertise interacional’ pela qual jornalistas traduzem o conhecimento de outras pessoas é o principal sentido no qual os jornalistas são aqui analisados como produtores de conhecimento. Quais são as condições sob as quais os jornalistas percebem sua mediação de notícias como produção de conhecimento público?

Esta pesquisa constatou que os jornalistas brasileiros têm uma relação multivalente com o conhecimento. Os jornalistas tendem a considerar as notícias como uma contribuição para o conhecimento quando elas são profundas, de autoria clara, influentes e reconhecidas por sua experiência. Ou seja, os jornalistas tendem a associar a produção de notícias como produção de conhecimento quando (1) eles têm os recursos - por exemplo, tempo, dinheiro, dados - para realizar reportagens investigativas apropriadas (profundidade); (2) eles podem ajudar a definir a agenda pública através de seus relatórios e expressar sua opinião sobre eventos (autoria); (3) têm impacto na política, na economia, na cultura, no esporte ou em qualquer outro campo que abranjam (influência) e (4) seu conhecimento jornalístico é reconhecido como uma forma de conhecimento por leitores, fontes, autoridades e colegas (conhecimento).

Quando os relatórios são realizados com profundidade, autoria, influência e conhecimento, os jornalistas tendem a apreciar suas habilidades de interação para conectar mundos diferentes e, com isso, intermediar o conhecimento. Na prática, no entanto, existem vários obstáculos que limitam os jornalistas brasileiros em suas tentativas de alcançar esse ideal, tornando muitos deles ambivalentes em relação à sua contribuição para o conhecimento. As restrições incluem condições de trabalho intensificadas pela convergência da mídia, a falta de pluralidade nas principais mídias, a baixa reputação do jornalismo na sociedade e métodos deficientes para lidar com as reivindicações de conhecimento provenientes de outros campos com a devida autoridade. No que segue, cada um desses pontos é explorado.

4.1 CONHECIMENTO EM PROFUNDIDADE: PROCURANDO FAZER JORNALISMO INVESTIGATIVO COM RECURSOS LIMITADOS

Jornalistas no Brasil valorizam muito o apoio institucional, tempo e dinheiro que lhes permitem realizar reportagens autônomas em profundidade, especialmente reportagens que levam governos e atores poderosos a prestar contas e lançam luz sobre eventos despercebidos. A reportagem investigativa, a esse respeito, é a maneira mais proeminente dos jornalistas de produzir conhecimento. O jornalismo orientado a dados representa uma maneira cada vez mais difundida de buscar profundidade na produção de notícias (LEWIS; WESTLUND, 2015). As redações do Valor e do O Globo têm novas seções dedicadas exclusivamente à análise de dados em larga escala desse tipo, ecoando a ‘virada quantitativa’ no jornalismo (CODDINGTON, 2015). Os jornalistas brasileiros tendem a considerar suas reportagens mais profundamente quando os dados são usados como material de origem, especialmente quando são capazes de trazer um rosto humano às notícias baseadas em dados. Um repórter especial do O Globo explica a profundidade adquirida com essas técnicas ao reportar as taxas de mortes por câncer no estado do Rio de Janeiro:

Utilizando software geostatístico, encontramos uma correlação entre produtividade agrícola, pesticidas e taxa de mortalidade por câncer, que nas cidades

das montanhas do Rio era 60% maior que o resto da região. Descobrimos que os agricultores de lá não usam mascarilhas. Os pesticidas usados são altamente tóxicos e se espalham em dois quilômetros. Ganhamos vários prêmios com essa cobertura.

Apesar de muito elogiada, essa maneira de reportar investigações não é amplamente empregada na maioria dos meios de comunicação. Os jornalistas protestam contra sua constante falta de tempo e, portanto, sua incapacidade de se aprofundar em dimensões explicativas mais profundas de suas histórias. Muitos culpam seu ritmo de trabalho agitado. O foco crescente nos relatórios em tempo real força uma troca entre imediatismo e qualidade das notícias (UNDURRAGA, 2017a). Os repórteres estão progressivamente acorrentados às suas mesas, tornando-se gradualmente sedentários ‘trabalhadores de tela com o escritório sendo sua base’ (BOYER, 2013), limitando o tempo necessário para relatar das ruas. Um repórter de longa data do O Globo comentou:

Você vai à rua para cobrir os protestos e precisa enviar um feed constante para as ‘atualizações de texto ao vivo’, onde as notícias estão abertas e mudando em tempo real. Os jornalistas agora precisam coletar imagens, sons, alimentar redes sociais ... Como você pode, finalmente, realizar um trabalho de qualidade com tantas tarefas?

Além disso, muitos jornalistas citaram as maneiras informais em que operam diariamente - principalmente por meio de entrevistas, entrevistas coletivas, briefings e vazamentos - como dificuldades para se aprofundar nas reportagens. Às vezes, de forma explícita, às vezes implícita, os jornalistas brasileiros duvidam que suas ferramentas epistemológicas os equipem adequadamente para produzir conhecimento em suas rotinas diárias. Um editor do Valor comenta:

Tenho dúvidas se produzimos conhecimento ou se o reproduzimos. Produzir conhecimento seria fazer algo mais enriquecedor, desenvolver novas ideias ou oferecer novas análises. Ao fazer notícias, muitas vezes estamos reproduzindo e ré-embalando informações que já estão disponíveis.

Nessa visão, contribuir para o conhecimento via jornalismo requer revelar algo novo e relevante, apoiar as histórias com dados inovadores e explicar a complexidade do fenômeno coberto. Portanto a noção de reproduzir informações nem sempre conta como produção de conhecimento.

A busca por profundidade no jornalismo tornou-se ainda mais controversa na era on-line. A convergência entre produção de mídia impressa e digital, o maior papel desempenhado pelas agências de notícias e a crescente imitação entre os meios de comunicação (BOCZKOWSKI, 2010) mudaram as práticas de produção de notícias - no Brasil e em outros lugares - tornando mais difícil distinguir autoria e repetição na produção de notícias. O aumento da pressão comercial nas organizações de mídia reduziu o tempo e os recursos dos jornalistas para reportar e escrever matérias, com o aumento do ‘churnalismo’ visto como uma ameaça principal - ou seja, reescrever comunicados de imprensa de outras agências de notícias (WITSCHGE; NYGREN, 2009). Jornalistas de diferentes jornais ressaltaram como as formas tradicionais de produção de notícias estão sob pressão devido a maiores encargos comerciais e mudanças tecnológicas, dando a eles novos motivos para duvidar de sua contribuição para a produção de conhecimento. Um editor explica:

Bom jornalismo investigativo é caro. O New Yorker leva três meses para elaborar um relatório, que pode custar US\$ 30 mil. Nós não podemos pagar isso aqui.

Os horizontes de tempo curto, as pressões da convergência da mídia e a epistemologia informal das práticas jornalísticas foram citadas como razões para duvidar que os relatórios diários dos jornalistas alcancem a profundidade associada à produção de conhecimento. Isso revela uma associação entre conhecimento e profundidade, onde o último termo é usado para se referir à riqueza explicativa ou à significância duradoura. Quando os relatórios investigativos mesclam dados e narrativas em profundidade, a expertise interacional dos jornalistas em intermediar o conhecimento é reconhecida por fontes e colegas. Infelizmente, o jornalismo investigativo independente e bem fundamentado é a exceção, não a regra nos veículos da mídia brasileira.

4.2 CONHECIMENTO COMO AUTORIA: A TENSÃO ENTRE NEUTRALIDADE E AUTOEXPRESSÃO

Os jornalistas brasileiros valorizam mais as notícias quando sua autoria e autoridade jornalística são mais claras. Por autoridade jornalística, eles se referem ao poder que os jornalistas possuem para apresentar suas interpretações da realidade como precisas, verdadeiras e de relevância para o público. Essa autoridade é especialmente exibida quando as histórias não foram apresentadas a eles por outra pessoa - por exemplo, profissionais de relações públicas ou comunicados de imprensa. A autoria, por sua vez, está fortemente ligada à produção de conhecimento, especialmente quando os jornalistas deixam uma marca em sua mediação entre fontes e o público leigo. Existem três modos jornalísticos usados para exibir a autoria com mais clareza: autonomia na definição da agenda de notícias, na descoberta de escândalos de longo prazo e na expressão da própria voz por meio da redação de opiniões (Op-Eds). Por sua vez, duas tensões tendem a restringir a autoria entre os jornalistas brasileiros, afetando sua contribuição percebida para o conhecimento: o ideal profissional de neutralidade e a dinâmica do campo jornalístico.

A tensão entre a autoria e o ideal de neutralidade foi vista como uma restrição da contribuição potencial de um jornalista ao conhecimento. Em quase todas as entrevistas, quando perguntei o que é um trabalho bem realizado, o ideal de neutralidade na reportagem foi mencionado repetidamente. Isso significa apresentar os dois lados de uma história, verificar as informações em uma variedade de fontes e manter a neutralidade normativa em relação ao assunto. A neutralidade, nesse sentido, era frequentemente associada à objetividade. Esses objetivos duplos (de neutralidade e objetividade) ecoam o ideal tradicional do jornalismo americano (SCHUDSON 2001; WAISBORD, 2000), conjurando uma visão dos jornalistas como intermediários da informação (LATOURET, 2005), relatando as notícias, seu contexto e possíveis interpretações, o que, em última análise, permite que o leitor conclua o que pensar sobre um determinado problema. Um repórter do Valor explica:

Os colunistas criam suas análises com base em suas conversas. Seu próprio raciocínio é passado aos leitores. Meu papel não é dar minha própria opinião, mas criar um debate em torno da opinião de minhas fontes.

Para muitos, o tipo de raciocínio de autoria que poderia produzir conhecimento era visto como algo além do alcance profissional dos repórteres justamente por causa do ideal de neu-

tralidade. Isso revelou uma associação controversa entre conhecimento e crenças estabelecidas. Deixar que os leitores ‘decidam por si mesmos’ o que pensar sobre esses tipos de tópicos que restringem seu senso de autoria nos relatórios era uma obrigação sentida pelo repórter. Isso, por sua vez, os deixou relutantes em associar seu trabalho à produção de conhecimento.

Mas se o ideal de neutralidade às vezes desalenta o senso de autoria dos repórteres brasileiros, o comprometimento com a neutralidade não prejudica o senso de si como ativos produtores de notícias. De fato, as produções de notícias surgiram em tensão produtiva com esse ideal. Embora elogiem repetidamente a importância da neutralidade como um guia para as boas práticas, muitos jornalistas enfatizaram que, na realidade, suas visões pessoais, sociais e políticas não podem deixar de moldar seu trabalho - por exemplo, na maneira como selecionam as manchetes, os adjetivos que usam, as fontes que eles priorizam. Aqui, os jornalistas se consideram não intermediários passivos, mas tradutores ativos na produção de notícias. Eles reconhecem que, por meio de seu papel mediador, deixam uma marca nas notícias, apesar de seus esforços para suspender sua posição pessoal. A noção de ‘autoria’ em ação aqui é, portanto, mais sutil.

É importante notar que a aspiração à neutralidade às vezes é usada como uma capa para as tentativas de um jornalista de influenciar a discussão pública (BIROLI; MIGUEL, 2012). Minhas próprias descobertas apoiam essa observação: os colunistas com as agendas mais definidas tendem a professar sua neutralidade mais alto, alegando se apegar aos “fatos”. Da mesma forma, os editores dos principais jornais acusados de defender a agenda dos barões da mídia tendem a enfatizar sua neutralidade na defesa de sua abordagem editorial. Por exemplo, ao responder às acusações de que O Globo ajudou a provocar o impeachment de Dilma, um editor do O Globo respondeu: “*estamos simplesmente fazendo nosso trabalho, estamos apegados aos fatos*” (ALJAZEERA, 2016). Como salientam Biroli e Miguel (2012), a objetividade no jornalismo brasileiro é um ideal irrealizável, e a reivindicação de neutralidade pode ser uma forma de validar discursos hegemônicos.

Embora o conhecimento como autoria possa, às vezes, estar em tensão com a aspiração à neutralidade na reportagem, a autoexpressão dos jornalistas também pode ser restringida pela concentração de poder no campo jornalístico brasileiro. Muitos reconheceram uma tensão entre suas próprias posições políticas e a linha editorial dos jornais em que trabalham, limitando a autonomia que eles podem exercer na definição da agenda noticiosa, uma tensão que a literatura tem enfatizado amplamente (NASSIF, 2003; PORTO, 2012). Um editor do Valor admite:

Essa é uma grande ansiedade para os jornalistas: às vezes ele precisa escrever coisas em que não acredita ou não gosta. O jornalista sabe o que é publicável e o que não é, e às vezes ele deve se censurar para manter seu emprego.

Essa pressão para “seguir a linha” deve ser entendida no contexto da longa dinâmica em ação no campo jornalístico brasileiro. No mercado de trabalho cada vez menor das organizações de notícias, a insegurança no trabalho parece ter um papel na restrição da autoexpressão em relação à linha editorial das organizações nas quais eles trabalham.

As condições de trabalho pioraram com demissões em massa nos principais jornais brasileiros em 2013 e 2015. Essas condições ajudam a explicar por que hoje existem duas vezes mais jornalistas trabalhando fora das redações como assessores de imprensa e relações públicas - buscando influenciar as notícias diariamente - do que existem jornalistas trabalhando em

veículos de mídia no Brasil (FERNANDES, 2015). Nesse contexto de insegurança no trabalho, notei que os mais alinhados aos interesses dos proprietários de mídia tendem a se sentir mais habilitados a expressar sua posição normativa sobre um tópico e, portanto, a reivindicar esse tipo de conhecimento. Os menos alinhados com a política dos proprietários da mídia, como refletem as citações acima, tendem a se sentir mais constrangidos e, portanto, com menos direito a permitir que sua opinião marque seu trabalho. O direito de expressar as visões normativas de uma pessoa gera um maior senso de autoridade jornalística. A autoria na produção de notícias é uma maneira de mediar fontes e audiências, uma mediação geralmente considerada produção de conhecimento por jornalistas.

4.3 CONHECIMENTO COMO INFLUÊNCIA: PROCURANDO FUROS QUE MOLDAM O DEBATE PÚBLICO

Os jornalistas brasileiros também associam a produção de conhecimento com o efeito que suas reportagens e comentários produzem, isto é, com sua capacidade de influenciar a esfera pública. Nesse sentido, é principalmente por fazer coberturas reveladoras, dominar manchetes e escrever colunas significativas que os jornalistas brasileiros tendem a considerar seu trabalho de mediação como uma produção de conhecimento. Não surpreende, portanto, que a produção de conhecimento no jornalismo esteja fortemente associada a formadores de opinião influentes, pois eles geralmente têm mais acesso a fontes importantes, e suas reportagens têm maior impacto público.

Como o conhecimento em jornalismo está associado, entre outras coisas, ao efeito provocado (MUNIESA, 2014) pelos jornalistas, sua reputação é crucial. Aqueles com maior reputação não são apenas mais influentes no campo, mas também atuam como mediadores estratégicos, enviando informações de ponta entre atores privados e autoridades do governo, articulando mensagens em ambas as direções (UNDURRAGA, 2017b). Enquanto os repórteres estão conscientes de suspender sua agência, para criar um debate ‘equilibrado’ em torno das opiniões das fontes, colunistas de renome tendem a enfatizar seu poder de acesso a informações privilegiadas e responsabilizar as autoridades. Ou seja, enfatizam as redes e a influência através da qual intermedeiam o conhecimento entre fontes e audiências. Um colunista líder declarou:

Eu critico abertamente. Eu digo que o governo estava errado sobre este assunto e certo sobre isso. Não sou dono da verdade, não sou acadêmico, mas pela minha experiência como jornalista e com base nas conversas que tenho com os principais informantes, dou minha opinião e espero ter influência nas opiniões dos outros.

Vale ressaltar que os jornalistas brasileiros têm uma carreira clara, onde a maioria começa como repórteres e depois pretende se tornar um editor ou colunista - uma posição que apenas uma fração atinge. É através da experiência e, crucialmente, do reconhecimento público e dos pares, que se obtém o direito de expressar a opinião de alguém. Diferentemente das comunidades científicas, onde os estudiosos concedem autoridade clara por meio de revisão por pares e apreciação acadêmica - ou seja, posicionamento, referência e citação (MUNIESA, 2014), a disputa por influência e reconhecimento no campo jornalístico se baseia em múltiplas entradas e formas de avaliação: leitores, prêmios, influência política, reputação, antiguidade.

A influência pública, no entanto, não é alcançada apenas por meio da redação de opiniões da elite, mas também pela produção de furos importantes. Aqui nada é tão determinante quanto a visibilidade da primeira página. Quanto maior essa visibilidade ao longo do tempo, maior o impacto de uma jornalista e, geralmente, com ela, sua carreira. Os jornalistas investem no conhecimento interacional por meio do qual desenvolvem suas fontes e histórias visando a primeira página e, de outras maneiras, buscando influenciar o que se torna notícia. Um jornalista econômico veterano comenta:

A melhor coisa para um jornalista é ter um furo na mão. É uma maravilhosa sensação de adrenalina; ter algo que ninguém sabe. Quando uma empresa vai comprar outra e há bilhões envolvidos, você tem as notícias que mexerão com o mercado, com o governo, com todo mundo.

Os jornalistas consideram sua capacidade de influenciar o debate público como uma maneira vital de intermediar o conhecimento público. Aqui, o aspecto “socialmente construído” (SCHUDSON, 2005) da produção jornalística assume uma dimensão real. É a atenção prestada pelos jornalistas a alguns eventos - e não outros - e a estrutura em que esses eventos são relatados que acaba sinalizando tópicos de interesse público. A influência dos jornalistas não apenas arbitra a importância de eventos públicos, mas também ajuda a legitimar certos tipos de informação como conhecimento em relação a outros.

4.4 CONHECIMENTO COMO EXPERTISE: ENTRE SUBMISSÃO E MEDIAÇÃO

Em linha com a literatura sobre as profissões (ABBOTT, 1998; SCHUDSON; ANDERSON, 2009), vários jornalistas brasileiros tendiam a duvidar do status de seus conhecimentos em relação a outras profissões, e essa dúvida minava um senso de contribuição ao conhecimento público. Por outro lado, nessas mesmas discussões, uma noção de conhecimento - em desacordo com as conceituações tradicionais de especialização - também veio à tona. Essa noção, enraizada nas habilidades dos jornalistas em traduzir o conhecimento especializado de outras pessoas para o público leigo, foi vista como um ativo profissional distinto. A seguir, reviso primeiro a experiência de jornalistas com sua própria ‘expertise’ em relação a outras profissões e depois exploro essa noção alternativa de expertise em interação jornalística. Argumentarei que essa noção é melhor entendida como um exemplo da intermediação de conhecimento que discuti anteriormente.

Embora muitos repórteres sintam que são especialistas nas áreas que cobrem - por exemplo, economia, esporte, política - eles nem sempre têm o direito de contestar a autoridade de especialistas nessas áreas. Isso é particularmente verdadeiro quando as credenciais de conhecimento dos jornalistas são criticadas por especialistas em um determinado domínio. A heteronomia do conhecimento jornalístico em relação a outros conhecimentos específicos de especialistas varia significativamente. Embora a redação de opiniões em artes ou política, por exemplo, seja mais provável que seja vista como uma contribuição ao conhecimento, nas ciências isso é menos frequente. Como Harry Collins e Robert Evans (2007, p. 122) apontam:

Não seria irracional para um crítico de arte ou de teatro de um grande jornal afirmar estar produzindo conhecimento - definindo legitimamente o que conta

como uma peça boa ou ruim. Por outro lado, dificilmente os jornalistas científicos afirmariam explicitamente que estavam tentando criar conhecimento científico quando fazem suas reportagens.

Essa descrição reflete a situação geral que encontrei nas redações do O Globo e do Valor, onde a autoridade dos jornalistas varia de acordo com o campo, revelando as diferentes maneiras pelas quais a gestão de fronteiras entre jornalistas e fontes ocorre (REVERS, 2014). Os relatórios econômicos são um caso revelador. Os economistas no Brasil afirmam ter o direito exclusivo de falar “cientificamente” sobre a economia, reduzindo o espaço de autoridade em que os jornalistas poderiam fazer contribuições de conhecimento desse tipo. Surpreendentemente, a maioria dos economistas acadêmicos que entrevistei queixou-se de uma maneira ou de outra de que os jornalistas não entendem completamente a economia e geralmente entendem mal suas declarações. Como comentou um professor de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro: “Não respondo perguntas de jornalistas por telefone ou pessoalmente, apenas por e-mail. É a única maneira de evitar erros”.

Mesmo os jornalistas econômicos mais ilustres do Brasil - como Miriam Leitão, Carlos Sandenberg, Cristiano Romero - que são extremamente influentes entre os empresários, funcionários do governo e analistas de mercado - não são reconhecidos como especialistas por economistas acadêmicos. De fato, alguns deles são acusados de falta de pensamento independente. Curiosamente, as opiniões sobre esse assunto variam dependendo da orientação do economista e de sua consonância ou dissonância com a grande imprensa. Os acadêmicos associados ao pensamento econômico heterodoxo tendem a suspeitar mais do entendimento econômico dos jornalistas, em parte porque suas opiniões são menos bem representadas nas principais mídias. Por outro lado, os economistas mais alinhados com as ideias neoliberais tendem a estar mais próximos da linha editorial dos principais jornais e a apreciar o papel mediador dos jornalistas na explicação da economia para o público leigo (por exemplo, ALMEIDA, 2015). Essa situação revela como a expertise é politizada e usada instrumentalmente no polarizado debate político-econômico.

O fraco reconhecimento dos jornalistas brasileiros como especialistas por experts em economia está ligado às ferramentas epistemológicas do jornalismo (a informalidade de seu método) e ao status profissional. Embora não tenham sido discutidos nos termos de Abbott (1988), os jornalistas brasileiros enfatizaram a ausência de um método distinto para fazer reivindicações de conhecimento quando a questão desse reconhecimento surgiu. “Jornalistas sabem muito sobre tudo, mas muito pouco sobre um assunto em particular” é uma afirmação comum que encontrei. Não ser “especialista” estava vinculado à questão do método. Fazendo uma contribuição genuína ao “conhecimento” que seria reconhecido pelos especialistas relevantes, alguns achavam que precisavam de métodos mais formais, replicáveis e sofisticados do que os jornalistas empregam.

Jornalistas são aqueles que nunca tiveram a capacidade de ser engenheiro ou médico. E você não pode comparar a importância dos médicos com a importância dos jornalistas. Eles estão lidando com a vida e a morte; nós estamos lidando apenas com reputações.

Em apoio a esse ponto, foi mencionado que os programas de jornalismo não atraem os melhores alunos e que os jornalistas não são - relativamente falando - bem remunerados no mercado de trabalho. Seja por falta de método, pelo status secundário da profissão ou por sua

abordagem generalista, a experiência dos jornalistas tende a ser questionada pelos próprios jornalistas e, com isso, sua capacidade de reivindicar conhecimentos especializados.

Por outro lado, surgiu uma noção alternativa de conhecimento enraizada na capacidade de mediação de jornalistas. Os jornalistas brasileiros valorizam essas capacidades profissionais particulares como ativos distintivos de produção de conhecimento, mas de uma maneira diferente. É identificando a agenda relevante, interrogando fontes especializadas e representando realidades para o público leigo que os jornalistas operam como produtores de conhecimento. Jornalistas são exibidos aqui como “experts em interação bipolar”, especializados em traduzir a expertise de outros experts (REICH, 2012). Isso sugere que a natureza intersticial do jornalismo permite que os jornalistas intermedeiem o conhecimento conectando diferentes atores, campos e mundos sociais. Nesse sentido, a porosidade das fronteiras profissionais é um ativo nesse contexto - e não uma debilidade, pois é essa condição que lhes permite atravessar campos e tornar diferentes conhecimentos acessíveis para a sociedade (MEYER, 2010).

Os jornalistas enfatizam que ir à rua é essencial, porque coisas inesperadas acontecem por lá e informações que não podem ser obtidas de outra maneira são adquiridas. Entrevistas cara a cara, estar na rua e bater nas portas são vistas como cruciais. A capacidade de traduzir essa realidade para o leitor que não estava presente no lugar faz parte do que faz da mediação de jornalistas uma contribuição para a geração de conhecimento. Um repórter especial aponta:

O bom jornalismo é aquele que reúne diferentes pontos de vista de um fato, ouve todos os lados de uma história e constrói uma narrativa inteligível acessível a qualquer pessoa. Portanto, o trabalho requer mediação entre o fato e o leitor. Essa mediação é o que o jornalista faz.

O desenvolvimento das habilidades de mediação é fundamental para o sucesso de um jornalista. Essas habilidades são expressas em vários aspectos do processo de produção de notícias: cultivo de fontes - acesso a informantes de diferentes campos; verificação de informações - distinguindo rumores de informações confiáveis; contextualizar informações socialmente, historicamente, politicamente; interpretar eventos e torná-los publicamente significativos para diferentes públicos. Acima de tudo, é através da experiência e das redes que as habilidades de mediação de um jornalista são reforçadas. Ao contrário da ênfase de Abbott (1988) em jurisdições demarcadas, a experiência do jornalista como mediador está em sua capacidade de negociar e transcender fronteiras, sejam essas de caráter principalmente epistêmico, social, econômico ou político. Quando jornalistas são reconhecidos por diferentes fontes como mediadores confiáveis entre especialistas, autoridades e leitores que o acesso de um jornalista às fontes aumenta. Um repórter especial descreve este momento:

Aconteceu recentemente que muitas pessoas começaram a me procurar para enviar uma mensagem ao governo ou ao governo para enviar uma mensagem ao setor privado. Estou perfeitamente ciente de que eles me usam para enviar suas mensagens e que eu os uso para fornecer informações aos leitores.

A mediação nesse sentido é claramente valorizada como uma prática de produção de conhecimento, pois aprender a mediar bem situa o jornalista em uma posição reveladora, tornando as notícias mediadas que ela produz um tipo de conhecimento que é mais robusto, confiável e inteligível para vários públicos (MEYER, 2010).

A expertise entendida como controle das fronteiras jurisdicionais contrasta fortemente com a expertise entendida como a capacidade intersticial de mediar entre jurisdições. Quando a contribuição de um jornalista para o conhecimento é avaliada do ponto de vista anterior, suas ferramentas epistemológicas (falta de métodos especializados) lançam dúvidas sobre suas credenciais de conhecimento, particularmente em contraste com os campos científicos. Por outro lado, quando a contribuição dos jornalistas para o conhecimento é avaliada a partir de seu papel de árbitro, sua expertise interacional para produzir conhecimento vem à tona. Injustamente para os jornalistas, o modelo clássico de expertise profissional - reforçado pela literatura sobre profissionalização - obscurece o tipo distinto de conhecimento que os jornalistas produzem como mediadores. Esse modelo dificulta o reconhecimento do trabalho de jornalistas.

5 DISCUSSÕES

Este artigo discutiu a relação multivalente que os jornalistas brasileiros têm com a noção de produção do conhecimento. Ele identificou quatro características ideais da produção de notícias para jornalistas, o que os levou a associar seu trabalho à produção de conhecimento - profundidade, autoria, influência e expertise - e examinou as condições sob as quais é mais fácil e difícil para os jornalistas produzir trabalhos que alcancem essas características ideais. A profundidade é limitada pelo ritmo acelerado dos relatórios diários e pelos recursos cada vez mais escassos necessários para se fazer jornalismo investigativo. A convergência de mídia e as novas pressões comerciais também intensificaram a carga de trabalho, reduzindo o tempo de geração de relatórios com profundidade. As oportunidades de autoria e a capacidade de expressar a voz individual estão em tensão com a busca de neutralidade nos relatórios e com a estrutura do campo jornalístico. A influência na definição da agenda pública também é limitada pelas características do campo jornalístico brasileiro e limitada aos que estão no topo da profissão. Por fim, quando avaliadas do ponto de vista da especialização, as capacidades de geração de conhecimento dos jornalistas apresentam um quadro misto. Quando a expertise é interpretada no sentido clássico, a falta de métodos especializados dos jornalistas para contestar as alegações de conhecimento de outros especialistas os coloca em uma posição mais fraca. Por outro lado, se eles são considerados “experts em interação” que medeiam com autoridade fontes e audiências, sua produção jornalística tende a contar como uma forma de geração de conhecimento.

O que essa imagem ambivalente revela sobre o jornalismo brasileiro e sua relação com o conhecimento? A relação hesitante dos jornalistas com o conhecimento revela diferentes entendimentos da epistemologia do jornalismo - sua maneira de conhecer - e a natureza do conhecimento que produz. Esses diferentes entendimentos agrupam-se em torno de dois polos distintos: uma noção especializada de conhecimento, por um lado, associada a fronteiras disciplinares e comunidades epistêmicas fechadas e, por outro, uma noção de conhecimento associada a uma forma de conhecimento mais fluida e contextual - uma ligada à capacidade do jornalista de conectar mundos distintos por meio da tradução de informações: jornalistas como intermediários do conhecimento. Eu descobri que a concepção dominante de produção de conhecimento com a qual os jornalistas medem seu trabalho - conhecimento especializado - ajuda a obscurecer o valor do conhecimento intermediado que eles produzem como ‘especialistas em interação’. Isso foi particularmente verdadeiro para o jornalismo econômico no Brasil.

Quais são as condições nas quais a concepção de expertise em intermediação do conhecimento dos jornalistas tende a prevalecer sobre a visão concorrente de expertise como conhecimento especializado? Como essas visões coexistem nas redações? Primeiro, de acordo com a visão de Eyal (2013) de que a expertise é uma rede que liga agentes, dispositivos e acordos institucionais, a expertise jornalística é reconhecida de maneira diferente e depende da área coberta e da reputação dos jornalistas nessa área. Embora a redação de opinião na área de cultura, política ou esporte seja mais provável que seja vista como uma contribuição ao conhecimento, esse é menos o caso nas seções associadas a notícias econômicas, ambientais ou científicas. Segundo, a capacidade dos jornalistas de produzir conhecimento por meio da mediação é mais frequentemente reconhecida - por fontes, autoridades, colegas e leitores - quando as notícias são realizadas com autoria, profundidade e influência, cumprindo seu papel de serviço público. Quando os jornalistas produzem reportagens originais nas quais deixam sua marca em assuntos de interesse público, conectando conhecimentos entre especialistas e leitores leigos, sua capacidade de intermediação tende a brilhar mais. Por outro lado, quando jornalistas produzem notícias através de processos semelhantes a fábricas, nos quais ecoar as notícias existentes é a norma, sua produção de conhecimento é mais superficial. Terceiro, é mais provável que a expertise de mediação de jornalistas surja quando eles tiverem condições intelectuais, organizacionais e materiais para utilizar e exibir totalmente suas habilidades de intermediação.

Intelectualmente, a mediação dos jornalistas está em tensão com os objetivos econômicos e de serviço público do jornalismo (DONSBACH, 2014). Embora essa tensão seja inerente à profissão, as desigualdades estruturais da sociedade brasileira a tornam especialmente acentuada. As restrições do campo jornalístico brasileiro (falta de diversidade e pluralidade), bem como as novas pressões exercidas pela convergência da mídia, dificultam a capacidade dos jornalistas de falar a verdade ao poder, especialmente aqueles que procuram usar a profissão para criar uma sociedade mais justa. Essas restrições, acima de tudo, levaram alguns jornalistas a subestimar suas capacidades de intermediação de conhecimento.

No nível organizacional, descobri que as redações do O Globo e do Valor têm semelhanças e diferenças que autorizam e restringem o surgimento de jornalistas como intermediários do conhecimento. Nas redações do Valor e do O Globo há seções - por exemplo política, Brasil e economia - que tendem a receber mais recursos materiais para fazer jornalismo investigativo e ter maior acesso a fontes influentes. Esses editores operam mais frequentemente como mediadores entre autoridades e especialistas, desenvolvendo assim mais capacidades de intermediação de conhecimento. Mas há também uma diferença entre as redações do O Globo e o Valor em relação à independência, afetando as capacidades de mediação dos jornalistas. Enquanto os jornalistas do O Globo precisam lidar com o legado das Organizações Globo e a forte presença da família Marinho (sua proprietária), até 2015 essa pressão não era comparável no Valor. Eles não tinham um único proprietário - mas dois grupos de mídia, Folha de S. Paulo e Globo, com diferentes identidades e tradições - o que dava maior liberdade aos jornalistas do Valor por desenvolverem um tipo de jornalismo que produz conhecimento (desde outubro 2016, a Globo tem controle total da propriedade do Valor). Por outro lado, os jornalistas do Valor e do O Globo estão expostos a pressões financeiras e desafios jornalísticos similares em todo o setor, o que limita as condições para se fazer jornalismo investigativo em que é mais provável que a experiência em intermediação de conhecimento surja. Essas tensões se manifestam e são tratadas de maneira diferente em cada redação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBOTT, A. **The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor**. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

ALJAZEERA. **Brazil's Petrobras scandal: Dilma Rousseff's Watergate?** March 19th 2016.

ALMEIDA, M. **Sobre os jornalistas e a imprensa**. April 26th 2015, Blog do Mansueto Almeida.

ARIZTÍA, T. Unpacking insight: How consumers are qualified by advertising agencies. **Journal of Consumer Culture**, v. 15, n. 2, p. 143–162, 2015.

BIROLI, F; MIGUEL, L. F. Orgulho e preconceito: a 'objetividade' como mediadora entre o jornalismo e seu público. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 22-43. 2012.

BOCZKOWSKI, P. **News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance**. London: University of Chicago Press, 2010.

BOURDIEU, P. The political field, the social science field and the journalistic field. In BENSON; NEVEU. **Bourdieu and the Journalistic Field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

BOYER, D. **The Life Informatic: newsmaking in the digital era**. London: Cornell U. Press, 2013.

CODDINGTON, M. Clarifying Journalism's Quantitative Turn. **Digital Journalism**, v. 3, n. 3, 331-348, 2015.

COLLINS, H; EVANS, R. **Rethinking Expertise**. London: University of Chicago Press, 2007.

DONSBACH, W. Journalism as the new knowledge profession and consequences for journalism education. **Journalism**, v. 15, n. 6, p. 661–677, 2014.

EYAL, G. For a Sociology of Expertise: The Social Origins of the Autism Epidemic. **American Journal of Sociology**, v. 118, n. 4, p. 863–907, 2013.

FERNANDES, M. C. **Nem tudo o que reluz é jornalismo**. Valor Econômico, March 13, 2015.

GIERYN, T. **Cultural Boundaries of Science**. Credibility on the Line. Chicago: Chicago University Press, 1999.

HALLIN, D; MANCINI, P. **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**, Cambridge: CUP, 2004.

LATOUR, B. **Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LEWIS, S; WESTLUND, O. Big Data and Journalism, **Digital Journalism**, v. 3, n. 3, p. 447-466, 2015.

LIPPMANN, W. **Public Opinion**. Transaction Publishers, London, UK, 1992/1998

- MATOS, C. **Journalism and political democracy in Brazil**. Lexington Books: US, 2008.
- MEYER, M. The rise of the knowledge broker. *Science. Communication*, v. 32, p. 118–27. 2010.
- MUNIESA, F. **The Provoked Economy**. Economic reality and the performative turn. London: Routledge, 2014.
- NASSIF, L. **O Jornalismo dos Anos 90**. Brasil: Editorial Futura, 2003.
- ONTO, G. The market as lived experience: On the knowledge of markets in antitrust analysis. **Vibrant**, v. 11, n. 1, 159 -190, 2014.
- PARK, R. News as a form of knowledge. **American Journal of Sociology**, v. 45, n. 5, 1940.
- PEDROSO NETO, A. O espaço atual do jornalismo econômico brasileiro. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 23, p. 133 - 152, 2015.
- PEDROSO NETO, A; UNDURRAGA, T. The elective affinity between elite economic journalists and mainstream economists in Brazil. **Journalism Studies**, v. 19, n. 15, p. 2.243–2.263, 2017.
- PORTO, M. **Media power and democratization in Brazil**. TV Globo and the dilemmas of political accountability. Routledge: London, 2012.
- REPORTERS WITHOUT FRONTIERS. **Brasil, o país dos trinta Berlusconi**. RJ, 2013.
- REICH, Z. Journalism as Bipolar Interactional Expertise. **Communication Theory**, v. 22, n. 4, p. 339-358, 2012.
- REVERS, M. Journalistic professionalism as performance and boundary work: Source relations at the state house. **Journalism**, v. 15, n. 1, p. 37– 52, 2014.
- SCHUDSON, M. The objectivity norm in American journalism. **Journalism**, v. 2, n. 2, p. 149–170, 2001.
- SCHUDSON, M. Four approaches to the sociology of news. In: CURRAN; GUREVITCH (Orgs) **Mass Media and Society**, 4. ed. London: Hodder Arnold, 2005.
- SCHUDSON, M; ANDERSON, Christopher. Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. In: WAHL-JORGENSEN; HANITZSCH (Orgs). **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge. 2009.
- UNDURRAGA, T. **Making news, making the economy**: technological change and financial pressures in Brazil. *Journal of Cultural Sociology*, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017a.
- UNDURRAGA, T. **Making news of value**: Exploiting dissonances in economic journalism. *Journal of Cultural Economy*, v. 10, n. 6, p. 510–523, 2017b.
- UNDURRAGA, T. Knowledge-production in journalism: Translation, mediation and authorship in Brazil. **The Sociological Review**, v. 66, n. 1, p. 58-74, 2018.

WAISBORD, S. **Watchdog journalism in South America**. Columbia University Press, 2000.

ZELIZER, B. Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass. Communication*, v. 10, n. 3, p. 219–237, 1993.

SOBRE OS ORGANIZADORES E AUTORES

Primeiro organizador: Antonio José Pedroso Neto é Sociólogo. Doutor em Ciências Sociais, UFSCAR. Estágio sanduíche na EHESS/Paris. Pós-doutorado em Desenvolvimento Regional, FACE/CEDEPLAR/UFMG. Professor Associado I da UFT. Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR/UFT) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM/UFT). E-mail: ajpnpedroso@gmail.com. Especialista em Sociologia da Economia e da Cultura.

Segundo organizador e autor: Romário Rocha do Nascimento é mestrando do Programa de Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCOM/UFT) e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). É administrador de empresas pela Universidade Federal do Tocantins e tem MBA Executivo em Gestão de Negócios pela Escola de Agricultura da USP. E-mail: admrocha13@gmail.com

Autora: Hérica Lene é jornalista pela UFES, com doutorado e pós-doutorado em Comunicação e Cultura pela UFRJ. É mestre em Comunicação pela UFF e especialista em Estratégias e Comunicação Organizacional pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória e docente na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Autora dos livros Jornalismo de economia no Brasil (2013) e Jornais centenários do Brasil (2020). E-mail: hericalene@ufrb.edu.br.

Autora: Letícia Fieira é Doutora em Sociologia Política pela UFSC/SC. Pesquisadora do Núcleo de Estudo sobre o Sistema Financeiro (NESFI/UFSC) e do Grupo de Investigação em Políticas Educacionais (GIPE-MARX/UFSC). E-mail: leticia.fieira@gmail.com.

Autora: Lara Francielly Santos Tavares é jornalista pela UFT e mestre em Desenvolvimento Regional pela mesma Instituição. É especialista em Ensino de Comunicação/ Jornalismo: Temas Contemporâneos. Autora dos livros: Comunicação e sociedade: discussões sobre práticas e impactos da comunicação e do cotidiano (2017) e Comunicação, Jornalismo e Educação (2016). E-mail: larafrancielly@gmail.com.

Autor: Márcio Rogério Silva é graduado em Engenharia da Computação pela USP, com mestrado e doutorado na linha de “Instituições, Organizações e Trabalho” no DEP-UFSCAR. Autor do livro “Programa de Aceleração do Crescimento (PAC): neodesenvolvimentismo?” (2015). Atualmente é professor na Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). E-mail: marciorogério@ufgd.edu.br; marciosrogerio@gmail.com

Autor: Vanildo Lisboa Veloso é mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins. MBA em Marketing Estratégico pela Universidade Federal do Tocantins. É economista pela Universidade Federal do Tocantins e discente do Curso de Direito da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: vanildoveloso@gmail.com

Autora: Rogéria Martins Costa é mestranda em Comunicação e Sociedade pela Programa de Pós-graduação em comunicação e sociedade. É formada em comunicação social, com habili-

tação em jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. No momento atua como pesquisadora de temas relacionados a comunicação e economia. E-mail: martinskosta@gmail.com

Autor: Tomás Undurraga é sociólogo pela PUC Chile, com doutorado em Sociologia pela Universidade de Cambridge, UK e pós-doutorado em Science and Technology Studies, University College London. Professor Associado da Universidade Alberto Hurtado, Chile. Estuda sobre jornalismo no Brasil, e escreve nas revistas The Sociological Review, Cultural Sociology, Journalism Studies, Journal of Cultural Economy e Revista Estudos de Sociologia (UNESP).

E-mail: tundurraga@uahurtado.cl. Link Academia: <https://uahurtado.academia.edu/TomasUndurraga>.



EDUFT

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

