



1290001461



IE

TCC/UNICAMP J15j

MÁRIA LUCIA DE PAIVA JACOBINI

RA: 002156

O JORNALISMO ECONÔMICO E A CONCEPÇÃO DE MERCADO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS/ INSTITUTO DE ECONOMIA
DEZEMBRO DE 2004

TCC/UNICAMP
J15j
IE/1461

CEDOC/IE

MARIA LUCIA DE PAIVA JACOBINI

RA: 002156

O JORNALISMO ECONÔMICO E A CONCEPÇÃO DE MERCADO

Monografia feita sob orientação
do prof. Geraldo di Giovanni

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS/ INSTITUTO DE ECONOMIA
DEZEMBRO DE 2004

RESUMO

Este trabalho faz uma análise do jornalismo econômico no seu tratamento do mercado e estudar até que ponto há a necessidade de simplificação e redução da linguagem jornalística para atrair o grande público leitor e como isso interfere na sua relação com a qualidade da notícia e o interesse do público especializado. Há uma percepção da ideologia do mercado financeiro, implícita no jornalismo econômico que transforma o tema como natural ao tratamento jornalístico.

Palavras-chave: mercado, linguagem jornalística, público-alvo, especialização, simplificação

Agradeço ao Professor Geraldo di Giovanni pelo interesse, e sua disponibilidade para discussões e indicações de leitura fundamentais para a pesquisa.

Agradeço também aos meus pais pelo estímulo e paciência, e aos amigos sempre presentes.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	p. 6
2. Capítulo I. A PROBLEMÁTICA DO JORNALISMO ECONÔMICO	p. 11
3. Capítulo II. SOBRE O MERCADO	p. 22
4. Capítulo III. ANÁLISE COMPARATIVA	p. 27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	p. 40
6. BIBLIOGRAFIA	p. 43

INTRODUÇÃO

Uma análise imediata do jornalismo econômico mostra que ele apresenta dois aspectos diretamente contrastantes, um é sua crescente importância na conquista do espaço jornalístico, e o outro se refere à dificuldade de acesso do grande público à informação.

Cada vez mais os veículos de informação dão especial atenção às notícias ligadas à economia, tanto no que se refere ao espaço em si quanto ao conteúdo. No entanto esse tratamento reflete um aspecto bastante interessante, que é a conceituação de mercado, o que remete diretamente à concepção do senso comum de mercado e à função do jornalismo econômico dentro do âmbito do jornalismo como um todo.

A partir da idéia de que o papel do jornalismo econômico é contribuir para impulsionar o progresso, fazendo análises, emitindo sugestões e esclarecendo a realidade econômica (ERBOLATO, 1981, p. 139), surge a discussão sobre seu público alvo e qual o tratamento que deve ser dado à notícia.

De acordo com Beltrão, o jornalismo em si quer dizer informação e a função da imprensa é explicar, ensinar, dirigir, estabelecer e fundamentar ensinamentos (1960, p. 61) e é nesse aspecto que se encontra a questão da relação entre jornalismo econômico e definição de mercado.

Partindo dessa idéia de jornalismo relativamente idealizada, responsável pela formação e informação do leitor, a discussão relacionada ao jornalismo econômico torna-se razoavelmente controversa. Sua crescente importância é inegável, contudo, é acompanhada da dificuldade natural do público geral e comum de acompanhar e entender o sistema econômico e suas inúmeras variáveis.

Os cadernos de economia possuem a função de informar sobre os principais acontecimentos e tentar explicá-los. Contudo, em se tratando do mercado em si, parece haver um distúrbio pois o tratamento dado a ele se torna cada vez mais simplista e reducionista, chegando mesmo a fugir da sua definição inicial, mesmo que ampla.

Essa redução significa uma ênfase excessiva no lado do mercado financeiro, sem que seja feita uma contextualização da notícia ou uma discussão quanto ao sentido real do termo, que como mostra a discussão de Polanyi, está voltado para uma situação na qual há a instituição de oferta e demanda.

Após a avaliação desse contexto, essa pesquisa partiu da hipótese que há uma direta influência do uso da linguagem econômica na composição do direcionamento da notícia voltada para o funcionamento da economia. Isso quer dizer que o uso de determinado estilo na elaboração da notícia está de acordo com uma ideologia ou um posicionamento do veículo diante da realidade econômica.

A linha editorial do jornal pode ser percebida de diversas formas, pela postura de colunistas, sobre o que eles escrevem, como passam suas críticas e até apologias, os temas mais freqüentes, como determinados assuntos são diagramados de forma a atraírem menos interesse, entre outras.

Os próprios interesses econômicos do veículo muitas vezes ajudam a compreender o porquê de determinadas atitudes. O jornal *O Estado de São Paulo* é bastante conhecido pelo seu conservadorismo e com isso a escolha de colunistas como Mailson da Nóbrega parece compatível com essa postura.

Essa pesquisa teve o interesse em mostrar não só a freqüente banalização da notícia econômica como um todo, e sim enfatizar a compreensão do tratamento dado à concepção de mercado. A idéia é analisar quais as articulações que são feitas do termo principalmente com o mercado financeiro e procurar entender o porquê desse contínuo reducionismo. É importante ressaltar que se trata de uma pesquisa baseada na análise do jornalismo econômico impresso.

Um outro aspecto, diretamente relacionado, foi a tentativa de mostrar que a banalização e simplificação da notícia, que causam o fim de uma hierarquia entre assuntos e estão presentes não só no âmbito do jornalismo econômico, diminuem a formação do leitor. Inexiste uma contextualização, os artigos apenas citam acontecimentos, não passam uma visão do conjunto, sendo que muitas vezes a

linguagem complexa utilizada transmite a impressão de profundidade, mas o que de fato está sendo dito não explica nada.

As críticas predominantes entre os jornalistas giram em torno da ausência de contextualização dos assuntos e explicações utilizando-se termos e jargões técnicos. Compromete o didatismo, qualidade essencial do jornalismo moderno, e a clareza, requisito necessário para a compreensão do leitor. Temas mais complexos são, geralmente, abordados sem o indispensável background, sem fornecer referências completas e os motivos subjacentes aos fatos. (FARIA, 1996)

Assim, buscamos mostrar que o leitor especializado não se informa de fato, dado que possui uma base de conhecimentos específicos econômicos e se mostra insatisfeito com a simplificação da notícia, enquanto o leigo não recebe uma formação suficiente a ponto de criar base para novas discussões e mesmo um posicionamento diante dos acontecimentos.

A pesquisa será dividida em três etapas. A primeira buscou da definição do jornalismo em sua visão mais idealizada, suas funções e características principais. Em seguida foi feita uma discussão aprofundada sobre o lado especializado, que é o jornalismo econômico e suas peculiaridades, com discussões como quais suas possíveis definições, histórico da formação no Brasil e principalmente, quais questões permeiam a aplicação da linguagem econômica nos meios de comunicação,

A segunda etapa é uma tentativa de esclarecer sobre o sentido do mercado, quais os conceitos econômicos utilizados e quais as possíveis visões, contrastando a percepção simplista construída pelo jornalismo atual e as diversas vertentes de definição da economia em si.

A etapa final é uma análise comparativa dos dois veículos estudados, a Folha e o Estado de São Paulo, buscando observar a linguagem utilizada, o cumprimento dos objetivos iniciais do jornalismo em si e quais as principais dificuldades encontradas. Trata-se de uma parte dedicada ao exame dos contrastes presentes no jornalismo econômico em relação ao seu público leitor.

Ainda dentro dessa análise, chega-se ao aspecto fundamental da pesquisa, que é uma crítica à percepção de mercado pelo jornalismo econômico. A idéia é fazer um

balanço de como a instituição “mercado” é entendida e utilizada levemente pelos veículos de comunicação impressa e de que forma isso deforma a complexidade do tema, que se torna apenas um termo que se encaixa em qualquer assunto.

A Metodologia utilizada foi baseada na análise comparada dos cadernos de economia dos principais jornais de grande tiragem de São Paulo, *A Folha de São Paulo* e o *Estado de São Paulo*, respectivamente *Folha Dinheiro* e *Economia & Negócios*. A opção por estes dois veículos foi feita principalmente no fato de que são os principais jornais representativos de correntes de pensamento e formadores de tendências, tanto no mundo jornalístico quanto na visão do leitor.

Foi então observado o didatismo presente a partir da observação do uso da linguagem na composição das matérias, quais os métodos utilizados para simplificar e facilitar a compreensão do leitor, como gráficos, boxes explicativos e guias de termos e quais as vertentes adotadas, principalmente através dos editoriais e colunas.

A Folha de São Paulo possui uma tiragem de aproximadamente 350 mil em dias úteis e 430 mil aos domingos¹. O Caderno de economia (*Folha Dinheiro*) propõe a exposição da conjuntura econômica brasileira e internacional além de apresentar opiniões de colunistas como Rubens Ricupero, Luis Gonzaga Belluzzo, Luís Nassif e painéis com indicadores econômicos e análises de investimentos.

Sua origem está marcada na década de 50 quando criou um caderno de Economia e Finanças, voltado para assuntos de agricultura, economia internacional, comércio e indústria, incluindo a cotação da Bolsa e pequenas notícias em colunas.

O *Estado de São Paulo* foi fundado em 1875 com nome de Província de São Paulo pela família Mesquita e faz parte do Grupo Estado. Já a partir do final da segunda metade da década de 50 os principais jornais, *O Estado* começava a realizar mudanças estruturais, introduzindo artigos especializados, comentários, analistas internacionais e em 1949 lançou o *Suplemento Comercial e Industrial* que cobria assuntos econômicos. Hoje seu caderno de economia (*Economia & Negócios*) mantém a linha editorial conservadora do jornal e conta com colunistas como Celso Ming e Maílson da Nóbrega.

¹ Dados de 2003. <http://www1.folha.uol.com.br/foilha/conheca/>

É importante enfatizar que a análise principal foi centrada no conceito de mercado econômico utilizado, observando a frequência com a qual o termo aparece, qual seu teor e qual sua ligação com o mercado financeiro e se foi feita alguma discussão sobre a diversidade de definições que podem ser usadas.

CAPÍTULO I. A PROBLEMÁTICA DO JORNALISMO ECONÔMICO

Uma análise imediata do jornalismo econômico mostra que ele apresenta dois aspectos diretamente contrastantes, um é sua crescente importância na conquista do espaço jornalístico, e o outro se refere à dificuldade de acesso do grande público à informação.

Assim, o tratamento da questão do jornalismo econômico parte da sua definição e do seu papel dentro do jornalismo como um todo, suas características e história, para depois tratar do debate relativo à linguagem utilizada e cumprimento da função.

O conceito de jornalismo econômico

De uma forma geral, o jornalismo econômico pode ser definido a partir da idéia de “difusão dos fatos e temas relacionados com economia e setor de finanças” (QUINTÃO, 1987, p. 25). No entanto, a observação dos principais meios de comunicação mostra que o jornalismo econômico está ligado à continuidade dos acontecimentos econômicos do país e a relação entre eles.

É uma espécie de jornalismo diferente, não voltado apenas a acontecimentos excepcionais, singulares, como define Kucinski, o jornalismo econômico trata da continuidade e ligação entre os fatos (1996, p. 21). Isso se explica pela constante mutação da realidade econômica, das novas variáveis que surgem e da ausência de independência dos fatos. A economia é um processo e justamente por isso o jornalismo econômico reflete essa constante conexão de fatos contínuos.

Um aspecto importante que caracteriza o jornalismo econômico é sua relação com a lógica capitalista. Há, dentro da discussão da ética do jornalismo, um embate entre a necessidade de servir ao público, com informações corretas, isentas de opinião, ideologia e a proximidade com a lógica do capitalismo pois o jornal não deixa de ser uma empresa, voltada à busca pelo aumento do lucro.

É possível então questionar o teor de mercadoria da notícia. Ela é produzida inevitavelmente com o propósito da venda, encaixada como um meio pré-determinado para se alcançar racionalmente o fim do lucro da empresa midiática. É uma ética teleológica, que privilegia a maximização dos benefícios finais mesmo que em detrimento da formação do conteúdo passado ao consumidor da notícia (CORNU, ???)

Histórico do jornalismo econômico no Brasil

De acordo com Quintão (1987) pode-se marcar o surgimento do jornalismo econômico a partir dos jornais de comércio, indústria e das primeiras seções e colunas de economia. Depois veio o Jornalismo de Negócios, voltado para operações econômicas e financeiras de mercado para depois dar início ao jornalismo econômico que é conhecido atualmente, que mistura os tipos anteriores, abordando a macroeconomia e mercado pela ideologia e reprodução dos mecanismos de dominação do capitalismo.

Os Jornais do Comércio datam da década de 50, caracterizados por notas ou artigos isolados que tratavam de questões específicas aos interesses do comércio e cafeicultores, com informações sobre a produção, mercado exportador, taxa de câmbio e movimento dos portos. As notícias eram formuladas a partir de agências estrangeiras, da Câmara do Comércio, Ministério da Fazenda, cartórios e balanços das empresas.

Na realidade, os jornais de comércio pouco falavam da economia em si, eram de propriedade privada e por isso refletiam os interesses dos proprietários, das associações patronais e retratavam o geral, sem pretensão de abranger todo o país, restritos às cidades ou regiões onde eram editados. Eram jornais conservadores, incompatíveis com o espírito desenvolvimentista de transformações políticas e econômicas da década, com uma crescente importância do setor industrial em detrimento do comércio tradicional e cafeeiro, e logo entraram em decadência, perdendo leitores e clientes comerciais.

Os principais exemplos desse período eram o *Jornal do Comércio*, o *Diário Comercial* do Rio de Janeiro e o *Diário do Comércio e da Indústria* de São Paulo.

Já a partir do final da segunda metade da década de 50 os principais jornais, *O Estado de São Paulo* e *A Folha de São Paulo*, começavam a realizar mudanças estruturais. No caso do Estado, foram introduzidos artigos especializados, comentários, analistas internacionais e em 1949 lançou o *Suplemento Comercial e Industrial* que cobria assuntos econômicos.

Enquanto isso, a Folha criou um caderno de Economia e Finanças, voltado para assuntos de agricultura, economia internacional, comércio e indústria, incluindo a cotação da Bolsa e pequenas notícias em colunas.

De acordo com Quintão (1987), o fato é que no final da década de 50 o jornalismo econômico começou a apresentar algumas das características que possui atualmente. A imprensa retratava o espírito ligado ao capital estrangeiro, modernizador, ufanista e desenvolvimentista com retórica nacionalista de defesa do capital externo.

Uma característica significativa era ligação do jornalismo econômico com o político. Os temas mais constantes eram os que estavam presentes nos programas dos partidos, discursos políticos e por isso tornavam-se notícia, "fato econômico só tem destaque na imprensa de cobertura geral quando transformado em fato político" (QUINTÃO, 1987, p. 59). Dessa forma as notícias possuíam um teor claramente enviesado, os assuntos eram interpretados de acordo com conveniências ou linha partidária de tendência ideológica.

A partir da década de 60, o jornalismo econômico adquiriu maior expressão, refletindo tendências, reações e comportamento do mercado financeiro. Surge uma demanda por notícias do mundo econômico, com consumidores de informação representados por empresários, economistas, assessores técnicos privados e governamentais, estudantes e faixas mais esclarecidas da população.

O fato é que a mudança do perfil dos demandantes da notícia econômica resultou numa transformação na estrutura do jornalismo econômico. Ele passou a ocupar o espaço do jornalismo político, ainda mais no período de governo autoritário

durante a Ditadura Militar. O espaço ocupado pelas notícias exaltando o “*Milagre Econômico*” cresceu, surgiram os primeiros editores especializados e a necessidade de tratamento especializado para o assunto.

Começa a aparecer uma variedade de coberturas, algumas publicações passaram a ser voltadas para assuntos globais, enfocando o processo sócio-econômico como um todo, analisando os fatos econômicos e suas repercussões enquanto outras se mostram mais específicas, centradas nas variáveis de maior interesse, com uma análise descolada da evolução conjuntural para setorizar, particularizar e especificar (BAHIA, 1990).

A constante importância do mercado, tanto no seu sentido simplista ligado à economia como um todo quanto na idéia de mercado financeiro começou a ficar evidente neste período. O período de crescimento do “Milagre” incentivou a difusão de fatos ligados a negócios, Bolsas, mercado de capitais e decisões do Conselho Monetário Nacional.

É o período que nasce o jornalismo econômico assim como é hoje através do encarte “*Diretor Econômico*” do Correio da Manhã, com páginas voltadas ao tratamento de negócios, incentivando a aplicação na Bolsa para qualquer cidadão, com grandes reportagens sobre empresas e acompanhamento sistemático da esfera econômica. Contudo, esse *boom* financeiro durou pouco e logo caiu a confiança do público e a credibilidade do *Diretor*, que muda de postura, adotando uma linha editorial mais crítica, esclarecedora e denunciadora e buscando mostrar o que o governo queria esconder. Como resultado, sua edição foi suspensa pela Ditadura.

No entanto, outros grandes jornais começaram a dar maiores e melhores espaços à área de economia, surgiram veículos como a *Gazeta Mercantil* em 1964 (como jornal de negócios em 1977), revistas de informação econômica e técnica, como *Exame* e os interessados nesse tipo de notícia ultrapassam o limite das elites e incorporam leitores que procuram informações sobre o mercado financeiro e indicadores ligados ao investimento, *spread* etc.

É importante ressaltar a importância da *Gazeta Mercantil*, que teve um papel fundamental na consolidação da notícia econômica, extraída do noticiário político e voltada para o desenvolvimento capitalista de livre mercado, seguindo o exemplo externo do *Wall Street Journal* e *Financial Times*.

Seu surgimento é datado de 1964, mas só em 1977 tornou-se um jornal de negócios que se propôs a cobrir o território nacional e direcionar as informações ao público que vivencia a economia. Para isso possuía uma linha editorial que seguia o interesse de um grupo de empresários bem-sucedidos (acionistas) e, portanto, da classe dominante burguesa.

Suas editorias eram divididas em finanças, indústria, agricultura, conjuntura e depois passou a editar outras publicações especializadas na área, como "*Balanco Anual das Empresas*", "*Balanco financeiro dos bancos e mercados capitais*" e até um boletim semanal de negócios em inglês, a "*Gazeta Mercantil International Weekly Edition*".

De uma forma geral, a década de 70 criou uma imprensa identificada com o ideal político-ideológico da burguesia, financiada pelo capital externo e voltada para a modernização. As editorias de economia tornam-se cada vez mais importantes, com posição privilegiada, bons espaços na primeira página além das páginas internas e surge a categoria do jornalista de economia, especializado e voltado exclusivamente para o material informativo acadêmico.

É importante ressaltar que essa representa uma mudança significativa na composição do processo de construção da notícia. Até então, o corpo dos jornalistas econômicos era formado basicamente por jornalistas gerais, que aprendiam o conteúdo pela convivência, passando por várias editorias sem nenhuma ligação direta com a economia em si.

Nos anos 80 a economia já é o centro da temática jornalística e as doutrinas econômicas passam a ter mais importância, e segundo Kucinski, principalmente as que justificam o pensamento liberal vigente. É um momento que favorece o surgimento

novos termos e jargões típicos a essa forma de pensamento, como “*globalização*”, “*mercados emergentes*” e “*reinserção competitiva*” (1996, p. 188).

A imprensa brasileira pode ser então caracterizada por afirmações dogmáticas e o jornalismo econômico torna-se um aparelho do Estado e um instrumento da elite para reproduzir o sistema e é nesse sentido que entra a importância da linguagem utilizada.

A linguagem do jornalismo econômico

A posição da maioria dos jornalistas e especialistas em jornalismo econômico demonstra a dificuldade de compreensão da linguagem utilizada para se tratar de assuntos da economia. Mas para avançar nesse aspecto, é preciso primeiro entender o que se busca com o jornalismo econômico, qual é sua função dentro do jornalismo como um todo e quais são suas características.

A partir da idéia de que o papel do jornalismo econômico é contribuir para impulsionar o progresso capitalista, fazendo análises, emitindo sugestões e esclarecendo a realidade econômica, (ERBOLATO, 1981) surge a discussão sobre seu público alvo e qual o tratamento que deve ser dado à notícia através da linguagem.

Primeiramente é preciso classificar o jornalista. O profissional voltado ao jornalismo econômico nem sempre é especializado e o resultado disso é a presença de especialistas reais na área, como economistas, sociólogos, além dos grandes jornalistas que com o passar do tempo determinaram sua formação, são o que Kucinski (1996) chama de jornalistas notáveis que se tornaram grifes jornalísticas. Mas a maioria, de fato, não entende muito do que está falando, não está preparada e apenas reproduz o discurso das fontes.

Há dentro do jornalismo econômico a necessidade de conhecimento dos setores, por exemplo, na cobertura de negócios é preciso entender os mecanismos de concentração de capital ou para tratar das políticas macroeconômicas do governo é essencial se familiarizar com as relações entre as variáveis. Mas, dado que o

profissional não possui a formação necessária, muitas vezes ocorrem problemas na divulgação da notícia.

É bastante comum o uso de premissas aparentemente corretas que geram conclusões falsas, generalizações e leis gerais que podem causar grandes erros. Kucinski dá o seguinte exemplo: "*Déficit público causa inflação, e portanto para acabar com a inflação no Brasil é preciso acabar com o déficit público*", que é uma idéia falsa, pois o déficit público bem financiado não causa inflação, como é o caso dos Estados Unidos (1996, p.24). Existem outros erros recorrentes, como a confusão que se faz com conceitos que parecem semelhantes como *consumo* e *demanda*, mas que são concretamente diferentes, além da manipulação de dados, tabelas e gráficos.

O entendimento do porquê do tecnicismo da linguagem pode ser feito por esse lado da análise do jornalista. Caso o profissional seja despreparado e distante da realidade econômica, pode haver uma dificuldade dele próprio entender o conteúdo, e com isso causar uma maior propensão a erros de sentido como os citados. Além disso, é possível que sua postura seja de simples reprodução do que lhe foi dito no discurso da fonte.

Dessa forma, a notícia econômica aparece como mera reprodução do discurso, sem interpretações e fugindo completamente de características centrais do jornalismo, como objetividade e neutralidade. O resultado é uma linguagem ainda mais hermética, justamente por não ter sido compreendida.

A clareza necessária ao jornalismo só é possível se o jornalista entender do que está tratando, possibilitando a simplificação, uso de exemplos e comparações para com isso evitar palavras difíceis e expressões, principalmente aquelas em língua estrangeira e que não possuem tradução.

Um outro lado é o do jornalista especializado. A linguagem econômica em si é complexa, utiliza termos de compreensão limitada ao próprio meio, jargões e neologismos². Para Kucinski (1996), os economistas apenas aparentemente utilizam a linguagem comum, ela tem uma lógica específica, com argumentos, sistemas,

² "A ritualização da linguagem do jornalismo econômico é acionada ainda por uma série de palavras novas ou antigas com um sentido novo, recriadas, expressando ações transformadoras da realidade

conceitos, relações e leis econômicas. São palavras, conceitos e símbolos de linguagem que só têm sentido enquanto abstrações na área e pouco significam fora do ambiente econômico e conseqüentemente não representam o discurso jornalístico.

No entanto, o público como um todo não tem conhecimento de todas essas sutilezas e o desafio é conseguir passar a notícia de forma acessível e crítica. Entra em questão um aspecto fundamental ligado à discussão da linguagem do jornalismo econômico, que é a determinação do público alvo.

Da mesma forma que existe uma divisão na formação do jornalista, o público leitor também é marcado pela diferença de formação e interesses. Há, de um lado o leitor que vivencia a economia, trabalha com ela, vivencia os termos e os movimentos, enquanto de outro há o leitor comum, que procura informação mas não conhece todas as definições, siglas, tendências e quer ser informado para entender o funcionamento geral.

Esse contraste gera uma diversidade no caráter da notícia. De uma forma geral, o texto deve possibilitar um diálogo do leitor com a matéria para que ele chegue às suas próprias conclusões. No entanto, como um todo, o público comum é o mais prejudicado, dado que constantemente se usa da linguagem científica. Assim, o desafio do jornalista é conseguir utilizar como referencial o grande público, devendo ser acessível e crítico, com uma linguagem compreensível, mas que se atenha aos conceitos concretos. (KUCINSKI, 1996)

Em se tratando mais diretamente da linguagem jornalística, há um consenso quanto à necessidade de clareza, precisão, objetividade, veracidade, pertinência do tema, sem opiniões ou juízos de valor. Além disso, o texto deve ser de fácil absorção e fornecer uma contextualização. Kucinski recomenda a escolha de palavras de maior potencial de diferenciação e articulação de frases fortes e expressivas.

Deve-se ainda considerar que há a forte possibilidade de o discurso transparecer ideologias e qualquer conotação deve ser evitada. É nesse ponto que surge a necessidade de filtragem do discurso da fonte, que é naturalmente posicionada, como

por exemplo, o uso da opinião do presidente do Banco Central para falar sobre a taxa de juros.

Ainda no âmbito do formato da notícia de economia é preciso ressaltar a prática comum do uso de siglas, indicadores siglados, números e estatísticas que confundem o leitor e desestimulam a leitura. Aparecem também tabelas e gráficos que muitas vezes apenas contribuem para a manipulação pois são dados herméticos e o público não tem costume de recorrer a eles. (QUINTÃO, 1987)

Assim, há uma constante interação entre esses dois extremos, o público alvo e o caráter do jornalista utilizado na formação da notícia econômica. Existe com isso o risco de elitização da informação caso o jornalista seja especializado reduzindo o público alvo, no entanto, é preciso indicar que a notícia simplista e extremamente educativa pode também prejudicar a leitura e acabar com o interesse do público acostumado com a linguagem econômica.

Um outro aspecto, diretamente relacionado, é a tentativa de mostrar que a banalização e simplificação da notícia, que causam o fim de uma hierarquia entre assuntos e estão presentes não só no âmbito do jornalismo econômico, diminuem a formação do leitor. Inexiste uma contextualização, os artigos apenas citam acontecimentos, não passam uma visão do conjunto, sendo que muitas vezes a linguagem complexa utilizada transmite a impressão de profundidade, mas o que de fato está sendo dito não explica nada.

As críticas predominantes entre os jornalistas giram em torno da ausência de contextualização dos assuntos e explicações utilizando-se termos e jargões técnicos. Compromete o didatismo, qualidade essencial do jornalismo moderno, e a clareza, requisito necessário para a compreensão do leitor. Temas mais complexos são, geralmente, abordados sem o indispensável background, sem fornecer referências completas e os motivos subjacentes aos fatos. (FARIA, 1996)

Há o interesse em questionar a capacidade do jornalismo econômico em formar o leitor, sendo que há uma discussão concreta sobre a função do jornalismo como um

todo. E para isso é preciso discutir qual a relação entre o veículo, o perfil do próprio jornalista e o público alvo.

Assim, busca-se em mostrar que o leitor especializado não se informa de fato, dado que possui uma base de conhecimentos específicos econômicos e se mostra insatisfeito com a simplificação da notícia, enquanto o leigo não recebe uma formação suficiente a ponto de criar base para novas discussões e mesmo um posicionamento diante dos acontecimentos.

Esse é um tema de constantes debates. Para Otávio Frias Filho, o jornalismo econômico tem pouca capacidade de se fazer interessante ao público enquanto para Joelmir Beting deve haver a busca da democratização da informação, interferindo na forma mas não no conteúdo. (FILHO, 1991, p. 118).

É fato que os próprios manuais de redação desses jornais dão especial atenção à necessidade do texto ser simples e objetivo. O Manual do Estado de São Paulo recomenda a simplicidade como “*condição essencial do texto jornalístico*”, pois todos os tipos de leitor devem ser capazes de entender o que está sendo dito, independentemente do assunto tratado (MARTINS, 1997, P.15).

A Folha de São Paulo parte do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com o assunto e por isso tudo deve ser “*explicado, esclarecido e detalhado, de forma concisa, exata e simples*” (1987, p. 30). É interessante notar que sua recomendação para a Editoria de Economia fala da necessidade de o leitor não especializado conseguir compreender os assuntos e principalmente, aplicá-los no seu cotidiano. Além disso, também é preciso que o leitor especializado tenha suas exigências atendidas, o que exige um alto nível de preparo, e portanto especialização dos jornalistas da área.

As críticas ao jornalismo econômico, entretanto, referem-se principalmente ao tratamento mais especializado, ao jornalismo árido, hermético, sem apelo direto, que utiliza linguagens e argumentos técnicos e que dificultam não só a compreensão, mas também a criação de um interesse contínuo pelo assunto. As críticas falam sobre o comprometimento do didatismo, demonstrado pelo desenvolvimento de novos estilos, como histórias baseadas no mundo real, o jornalismo de Serviços e o jornalismo de

Negócios, voltados para o serviço econômico e aspectos práticos, como casos de empresas bem-sucedidas, índices do mercado financeiro e dicas para investimentos.

Um aspecto interessante que reflete bem essa nova perspectiva é mesmo o nome criado para os cadernos econômicos, que no caso dos jornais escolhidos para a pesquisa são *Folha Dinheiro* e (*Folha de São Paulo*) e *Economia & Negócios* (*Estado de São Paulo*). Fica claro o interesse no público prático, o que pode ser percebido pela orientação do Manual da Folha de São Paulo para capacidade de aplicação prática do que se aprende no jornal, e até que postura do veículo é de didatismo e redução de todo o conteúdo econômico para o eixo do aspecto concreto do mercado no seu sentido mais comum.

Um outro ponto a ser observado refere-se à escolha e criação de termos e expressões que se tornam comuns mas que na verdade são vagos e de pouco significado, são eles elementos como “*crise global*”, “*globalização*”, “*O mercado*”. Há dessa forma a familiarização com essas palavras, com o constante uso destas em qualquer momento e situação, mas de pouco conteúdo concreto e menos ainda real compreensão do que se passa.

Para que seja possível compreender a dualidade do jornalismo econômico é preciso partir de sua definição, e de uma forma geral, o jornalismo econômico pode ser entendido a partir da idéia de difusão dos fatos e temas relacionados com economia e setor de finanças (QUINTÃO, 1987, p. 25). No entanto, a observação dos principais meios de comunicação mostra que o jornalismo econômico está ligado à continuidade dos acontecimentos econômicos do país e a relação entre eles.

Capítulo II. **SOBRE O MERCADO**

A percepção do mercado para o jornalismo econômico parece tratar exclusivamente da esfera financeira numa forma de redução do sentido amplo do termo a um aspecto um tanto abstrato, uma entidade distante e geral, mas que pouco diz respeito à multiplicidade de significados do termo mercado em si.

Partindo mesmo do princípio mais simples da concepção de mercado, temos a idéia de oferta e demanda de mercadorias. Varian (1994) dá início à sua explicação para mercado através de um exemplo, que é a análise de um mercado de apartamentos, no qual usa uma descrição bastante simplificada da determinação do preço de equilíbrio através do movimento de oferta e demanda.

No entanto, o mercado também pode ser percebido como uma evolução do sistema econômico capitalista, que funciona com base na dinâmica da oferta e demanda. Polanyi (1968, p. 27) define uma economia de mercado como um sistema controlado, regulado e dirigido por mercados, com a ordem de produção e distribuição de bens baseada em um mecanismo de auto-regulação, de acordo com a expectativa de que o homem se comporta em busca da maximização do lucro.

A discussão passa então para o significado do conceito de mercado, que é onde a oferta de bens e serviços é igual à demanda num certo nível de preços, com a presença de um meio de troca, o dinheiro. O mercado assim definido existe não só para bens e serviços, mas também para trabalho, terra e o próprio dinheiro. Isso demonstra que existe um mercado para todos os elementos da economia, não só o mercado de bens ou o financeiro do dinheiro, em todas suas formas;

A sociedade de mercado contém elementos que a distinguem e um deles é a ausência de medidas de instituições políticas externas para conter a ação do mercado, entendido como auto-regulado e único capaz de criar condições para a organização da esfera econômica. Assim, ainda segundo Polanyi (p. 30), a economia de mercado só pode existir em uma sociedade de mercado, pois deve incluir todos os elementos da indústria (Trabalho, Terra e Dinheiro) subordinados às leis do mercado.

Há ainda uma diferença entre o que é circulado nos mercados. Existem as mercadorias que são objetos produzidos diretamente para a venda nos mercados, que funcionam como o espaço em que compradores e vendedores estabelecem contato. Já dinheiro, terra e trabalho não funcionam da mesma maneira, o Trabalho é atividade produzida, a Terra é natureza e dinheiro é poder de compra, mas mesmo assim existe mercado para eles.

A economia de mercado cria um novo tipo de sociedade (POLANYI,1968), com um sistema institucional que controla as atividades humanas e o homem aparece como utilitário e individualista, principalmente no que tange a economia. Como se fosse uma percepção de que o ser humano tem uma propensão natural ao comércio, centrada na racionalidade voltada para a ação econômica direcionada para a satisfação das necessidades materiais do homem como um fim.

Podemos apreender a dinâmica da Economia sob duas perspectivas, a substantiva e a formal. A primeira mostra a dependência do homem em relação ao meio para a sua sobrevivência, já sob a ótica formal percebe-se a relação adequada entre os meios e os fins e justamente por isso, a necessidade de uma escolha dos meios de acordo com o fim predeterminado.

Dentro desse sentido, o mercado é um local de troca, sendo o dinheiro visto como meio dessa troca em relação a um preço, que é função do mercado. Diz Polanyi: é a instituição geradora da qual o comércio e o dinheiro são funções (1968, p. 157). Volta-se então para a ótica formal, pela qual o mercado é esse local de troca, com a vida econômica reduzível a atos de troca, com a premissa de que todo o processo é troca de mercado. Já do ponto de vista substantivo, o mercado e a troca não são objetivamente relacionados.

Polanyi identifica elementos que são característicos do mercado, que são as instituições de oferta e demanda, com funções de estruturar o movimento de "*desejo de adquirir ou dispor de bens na troca*" (p. 170), num movimento duplo. O aspecto fundamental dessas instituições é que se elas estão presentes, se trata de um mercado, caso contrário, não é mercado, mas uma combinação de elementos numa situação de troca (POLANYI, 1977).

Embora suas origens temporais sejam um tanto confusas, ou como classifica Polanyi *"intrincadas e obscuras"* (1977, p. 123), com um desenvolvimento mais tardio que o do comércio e do dinheiro, um mercado pode ser identificado como um lugar onde as necessidades da vida podem ser compradas em quantidades, seguindo um mecanismo de oferta e demanda, com um preço determinado a priori, mesmo que não ligado a uma localização específica.

Ele surge muito tempo depois da primeira aparição do mercado como facilitador da distribuição, como um fato empírico (POLANYI, 1977) E é nesses sistemas de economia de mercado que são alocados também trabalho e terra, não só mercadorias de consumo imediato.

É um mercado fetichizado, reificado, como uma entidade abstrata, distante das relações econômicas reais. Ele é apresentado a partir de uma visão de distanciamento das pessoas e instituições, como se fosse capaz de desenvolver um movimento autônomo e conjunto.

O MERCADO NO JORNALISMO ECONÔMICO

Após toda a análise fica evidente a diferença de tratamento em comparação com o mercado do jornalismo econômico. Abandonando da concepção abrangente de Polanyi, a definição mais comum de mercado usada no jornalismo econômico se refere apenas ao mercado de dinheiro no qual também funciona a instituição da oferta e da demanda, mas onde não há espaço para a troca de outros elementos, com menor destaque para mercadorias, ou mesmo qualquer menção ao mercado de trabalho.

É um mercado entendido numa visão vaga, distante e impessoal. Isso porque o termo é usado como referência a uma entidade compreendida como capaz de ser agente de movimentos econômicos independentes. É esse justamente o caso das notícias do jornalismo econômico, que fogem do entendimento de mercado através da análise dos mecanismos de oferta, demanda e preço, ou mesmo de uma composição de diversos agentes individuais.

É sobre isso que o artigo *“Mercado na Cabeça”* discute, sobre o “quem” é o mercado no jornalismo econômico. A discussão inicial de Amália Safatle e Paulo Henrique de Sousa é sobre o constante uso da personificação do termo, fazendo com que o mercado seja mesmo capaz de possuir emoções, como quando são usadas expressões de *“humor de mercado”*. A pergunta que os autores do artigo passam a fazer é *“Seria o tal mercado uma entidade divina, onipresente...? Ou quem sabe um melindroso senhor de carne e osso com sentimentos e vontades próprios?”* (p. 24).

No caso do mercado financeiro, ele na realidade é composto por diversos elementos bastante tangíveis, que são bancos, bancos de investimento e instituições financeiras em geral, que movimentam enormes quantidades de dinheiro através de ações, câmbio, juros, commodities e títulos, numa idéia muito mais concreta que a passada pelo simples uso do termo “mercado”.

Os autores do artigo acima citado dão um panorama de quem exatamente atua nesse mercado. São, em números aproximados 167 bancos comerciais e múltiplos (fora os bancos de desenvolvimento, como o BNDES), 108 corretoras, 49 distribuidoras, 272 fundos de pensão, 113 seguradoras e 382 empresas de capital aberto, que negociam ações, títulos públicos e privados, moedas, commodities e derivativos. A composição do mercado, no entanto, ainda sofre a influência de outros “membros”, principalmente da presença estrangeira, como estrategistas e economistas, através de corretoras e representantes como o JP Morgan e Merrill Lynch.

O volume de negociações presentes na Bovespa (Bolsa de Valores de São Paulo) e BM&F (Bolsa de Mercadorias & Futuros) pode ser entendido como uma visão geral do que é a entidade Mercado, ou melhor, por quem exatamente ela é composta. Nesta composição, dentro do mercado financeiro, existem subdivisões, como mercado de crédito e mercado de risco (ações).

Cada agente possui uma importância distinta, por exemplo, a soma de ativos das três maiores instituições bancárias do Brasil representa 34,5% dos R\$ 874,1 bilhões do sistema bancário brasileiro. Estas são características que variam em termos de participações diferentes, umas em termos de tamanho, outras de empreendimento, e outras com as duas qualidades.

Podemos ainda perceber que cada instituição é formada por agentes individuais, responsáveis diretos pelas movimentações do Mercado como um todo, e esse é um fator determinante na percepção da existência de agentes concretos atuantes no mercado. Ou seja, é possível identificar indivíduos atores no processo, movidos por expectativas racionais de busca da maximização do lucro particular e da empresa financeira que representa.

É possível fazer uma extensão do conceito de mercadoria, no sentido de que a própria notícia, econômica ou geral, se torna uma mercadoria. Ela funciona também como um bem a ser negociado no mercado de notícias através do mecanismo de oferta, demanda e preço final, o que dá uma idéia um tanto significativa do aspecto utilitarista também adotada pelos veículos de informação.

Finalmente, são duas as conclusões principais do raciocínio sobre o mercado no jornalismo econômico. A primeira trata da visão reducionista de mercado apenas ao mercado financeiro, ignorando outros lados essenciais do funcionamento da economia global, como mencionado anteriormente, o mercado de trabalho ou mesmo de mercadorias em geral.

A segunda conclusão é de que há também a constatação de que existem, de fato, agentes responsáveis pelos movimentos de qualquer mercado, e no caso, do mercado financeiro. São então agentes individuais dentro de instituições maiores que regulam e direcionam as tendências que são englobadas pelo termo mercado.

CAPÍTULO III. ANÁLISE COMPARATIVA

Durante um período de dois meses foram observados os cadernos de economia dos dois jornais em questão, o *Dinheiro da Folha de São Paulo* e o *Economia & Negócios do Estado de São Paulo*, para que se pudesse compor uma análise comparativa entre eles.

Os critérios utilizados para o início da apreciação foram baseados em dois eixos de análise. O primeiro deles trata do aspecto estrutural de cada caderno, é sobre o que consiste formalmente através da observação de algumas características formais, como número de páginas, chapéus (mini-títulos que funcionam como referenciais da matéria como um todo), fontes, recursos gráficos complementares a matéria como gráficos e tabelas e, principalmente, qual a concepção de mercado. Foram considerados também o conteúdo das matérias, os principais assuntos tratados, a prevalência de certas fontes, o caráter explicativo e a acessibilidade ao leitor.

O segundo eixo está relacionado diretamente à idéia do que é mercado para cada veículo, e com isso, qual a ideologia passada através dos aspectos formais mencionados anteriormente. A idéia central é constatar que há uma percepção preexistente de mercado como um todo reduzido ao mercado financeiro, e com isso, uma intenção de repassar esse conceito para o público leitor do jornal.

Dessa forma, para que as diferenças sejam evidenciadas, é preciso fazer uma separação utilizando os dois critérios mencionados, a estrutura formal e uma análise em separado do discurso feito para com isso atingir um resultado final capaz de mostrar o perfil dos cadernos de economia da *Folha de São Paulo* e do *Estado de São Paulo*.

ESTRUTURA FORMAL.

É dentro deste aspecto que fica mais evidente a diferença entre os dois cadernos. Mesmo à primeira vista é notável o uso de cores, ilustrações e mesmo de

uma diagramação que facilita a visão geral da *Folha de São Paulo*. De fato, são vários os aspectos que distanciam os dois cadernos de economia na sua estrutura.

Partindo da informação de que foram analisados 60 jornais, equivalentes ao intervalo entre os dias 8 de junho e 8 de agosto, a média de páginas da *Folha de São Paulo* é de aproximadamente 10, enquanto para o *Estado* é de 11. A diferença não é marcante, no entanto, torna-se muito perceptível conforme outros aspectos vão sendo analisados.

O uso de “*chapéus*” é um deles. O chapéu é a chamada que existe antes do título, normalmente em negrito, que identifica o assunto a ser tratado no corpo da matéria, e com isso possibilitar uma identificação imediata do leitor com o conteúdo. Uma outra função é criar familiaridade com o assunto, dado que é possível agrupar conteúdos a partir de seus chapéus.

Antes de completar a análise usando dos jornais observados, é preciso expor a concepção de que há em cada veículo uma posição ideológica, o que segundo Brait, expõe uma intenção e um interesse no uso da palavra (1997, p.96) e, portanto, direciona o uso da linguagem.

A partir dessa idéia pode-se notar um contraste bastante significativo no uso dos chapéus entre os dois jornais. Enquanto o *Estado* é adepto de resumos do assunto em pauta, como **Negócios, Conjuntura, Infra-estrutura, Comércio Exterior e Mercado Financeiro**, a *Folha* adota um estilo peculiar de apresentar a notícia. São frases que possuem um direto teor de opinião, ironia e crítica, e até uma certa dose de humor.

Segue abaixo uma lista de exemplos que relaciona os chapéus aos seus respectivos assuntos, sendo possível perceber que existe uma fórmula pré-determinada para que o jornalista aplique ao criar seu título.

- “**Semente da discórdia**” que precede matérias sobre a comercialização de soja transgênica na China,
- “**Pé no freio**”, sobre a manutenção dos juros pelo COPOM,
- “**Fôlego Curto?**” que questiona a capacidade do mercado absorver a produção de bens de consumo duráveis,

- “*Despertar do Dragão*”, sobre a possibilidade de retorno da inflação;
- “*Viagem a NY*”: relacionada a matérias sobre a visita de Lula a Nova York;
- “*O Vôo da Águia*” que fala sobre a crise de crescimento dos Estados Unidos;
- “*Conta-gotas*” com relação ao lento corte nos juros;
- “*Vôo de galinha*” questionando o fôlego da retomada do crescimento;

Partindo dessa idéia de que o chapéu além de separar por tema, cria uma identificação do leitor com o assunto, nota-se que há um objetivo de simplificação da informação, fazendo com que seja inevitável que o leitor ligue a informação ao tema, e perceba a continuidade no assunto no decorrer da leitura. É notável também o uso de termos pouco típicos ao vocabulário do jornalismo econômico, o que demonstra mais uma vez o que Bourdieu afirma sobre “*a simplificação demagógica na intenção de educar divertindo*” (1998, p. 96).

Uma outra característica que diferencia os dois cadernos de economia trata do uso de recursos visuais no decorrer da exposição da notícia. Já é possível notar, uma forte preferência pelo emprego desses recursos na *Folha de São Paulo*, tanto em termos de quantidade quanto de freqüência, como é perceptível através da observação dos números do período analisado, no qual foram registrados 36 Tabelas, 122 Box Explicativos e 302 Gráficos.

Já o Estado teve um total de 196 gráficos, 34 tabelas e 36 Box. O que mais interessa nesse caso são os Box Explicativos, que funcionam como um complemento da matéria, normalmente para explicar algum aspecto considerado de maior importância, ou mais complicado no conteúdo apresentado. É uma ilustração que ajuda na composição da matéria do caderno *Dinheiro* para facilitar a compreensão dos mecanismos de funcionamento de determinadas variáveis e definir conceitos.

No caso dos dois jornais, a opção por tabelas é menor, talvez por exigirem uma mais cuidadosa interpretação dos dados. É o que pode ser visto na Box “*Entenda a polêmica sobre o reajuste da telefonia fixa de 2003*”, (3 de julho, p.5) no qual há uma explicação simplificadora e educativa sobre o que muda na cobrança da tarifa

telefônica, ou “*Entenda a polêmica entre os aposentados e o INSS*” (17 de julho, p. 1) com um detalhamento sobre a situação do INSS.

Com relação aos gráficos, eles aparecem nos dois jornais, como o recurso predominante, coloridos e ocupando grandes espaços das matérias, usando ainda de efeitos de complementos com desenhos e cores. Já a opção por tabelas é menor, talvez por exigirem uma mais cuidadosa interpretação dos dados, principalmente por parte do leitor, pois exige uma maior atenção na sua compreensão.

Um aspecto no qual os dois jornais se assemelham está relacionado ao uso das fontes. As fontes funcionam como uma comprovação da veracidade do fato, passam uma idéia de confiabilidade para a notícia, ainda mais quando se trata de fontes naturalmente confiáveis, como órgãos dos governos e institutos de pesquisa. Dessa forma, é muito comum o uso de referência a instituições sólidas, como o IBGE, Ipea ou Iedi.

No entanto, um lado muito característico dos cadernos de economia é o uso das fontes ligadas a instituições financeiras. Ou seja, consultorias, bancos, financeiras funcionam como capazes de dar uma opinião sobre qualquer assunto, desde juros, emprego, produção industrial, e é claro, o mercado financeiro. Em matérias relacionadas à área de finanças, o mais usual é observar a presença de fontes como a Global Invest, Tendências Consultoria e ABM Consulting, sendo que elas estão em ambos os jornais, o que significa que não é uma prática específica a apenas uma política editorial.

Quanto à linguagem utilizada, uma visão geral mostra a complexidade da relação entre a notícia do jornalismo econômico e o leitor. Há uma diferença clara no tratamento da economia em si nos dois jornais. Enquanto o *Estado* compõe matérias herméticas, com um vocabulário próprio de quem está acostumado a tratar de termos específicos e tem conhecimento de fatos econômicos, a *Folha de São Paulo* tende a simplificar ao máximo para o leitor.

Alguns exemplos são necessários, no dia 09 de junho, ao falar sobre o mecanismo de *Hedge*, a notícia continha uma definição: “*proteção contra a oscilação do*

dólar”, ou no dia 08 de junho, definindo preços administrados como “*aqueles controlados pelo governo, como combustível, eletricidade, telefonia e transporte*”. Ainda existem definições consideradas básicas para quem é da área, mas que podem soar distantes da realidade do leitor comum, como Ibovespa (principal índice da Bolsa), Ptax (média da moeda medida pelo BC) ou Fed (Federal Reserve, o banco central dos Estados Unidos).

Dois aspectos podem ser percebidos a partir dessa idéia de simplificação da *Folha*. O primeiro remete diretamente à opção por adotar Box Explicativos no sentido de oferecer todas as informações, desde as básicas como “*O que é Selic, O que é COPOM*” (Folha de São Paulo, 17 de junho) ou “*Entenda a febre aftosa*” (dia 18 de junho), “*Saiba mais sobre o mercado de petróleo*” (04 de agosto) às mais específicas, contextualizadas num evento datado, “*Veja os novos pontos da Lei de Falências*” (8 de julho) ou “*O Novo modelo elétrico*” (31 de julho). Isso demonstra que há uma ligação entre a tendência explicativa/educativa complementar entre os Box e o próprio texto.

O outro lado da simplificação da linguagem para com isso expandir o público alvo além do técnico especializado. No entanto, a partir desse ponto pode ser feita uma referência à discussão do capítulo I sobre a função do jornalismo econômico, se é informar ou buscar formar o leitor. Além do mais, ainda existe a questão da própria formação do jornalista, e se ele é capaz de discorrer sobre um tema econômico com naturalidade, sem precisar seguir fórmulas prontas ou definições, como as já citadas.

Quando se observa um caderno de *Economia & Negócios*, o objetivo de formação do leitor parece ser realmente menor. Um lado interessante refere-se ao da quantidade de artigos, presentes não só na segunda página, mas também ao longo do caderno, com poucas figuras e cores chamativas. Isso demonstra uma ênfase no conteúdo em si, e não na busca de uma aparência atrativa e de fácil leitura, embora realmente seja capaz de diminuir o interesse ou mesmo afastar o leitor menos acostumado.

Com relação às manchetes, o estilo mais comum adotado é o da construção direta, sem frases longas ou com pontuação, seguindo as regras do jornalismo moderno de objetividade e clareza, como pode ser visto pelos seguintes casos: “*Justiça*

libera taxa de assinatura de telefone" (Folha de São Paulo, 15 de julho), "*Opep não aumenta produção e petróleo dispara*" (Estado de São Paulo, 04 de agosto).

Outra forma comum é a da referência às fontes, ou seja, é usual apresentar o fato usando expressões como "*De acordo com*", "*segundo*" ou "*diz*", como pode ser percebido pelos exemplos que se seguem: "*Para Palocci, carga tributária não sobe*" (Folha de São Paulo, 20 de julho), "*BC tem 'medo da inflação', diz Lessa*" (Folha de São Paulo, 30 de julho), ou "*Amorim festeja novo êxito da política externa*" (Estado de São Paulo, 18/fevereiro).

Esses casos também podem ser associados à idéia da credibilidade da fonte, pois possibilitam uma imediata identificação do fato em si e das pessoas relacionadas pelo leitor, e, conseqüentemente, a informação torna-se confiável e mais verossímil.

É ainda preciso traçar um panorama dos principais assuntos tratados pelos dois jornais no período analisado. De uma forma geral pressupõe-se que as notícias apresentadas sigam um padrão, realmente acompanhando os principais fatos da esfera econômica. No entanto, é notável a divergência entre os focos e a opção por temas das reportagens, ou mesmo uma procura por ênfases que não são percebidas pelo outro caderno. Alguns exemplos são apresentados seguindo uma ordem temporal e comparativa.

Um aspecto interessante que remete à escolha das fontes pode ser visto no dia 10 de junho, quando tanto a *Folha* quanto o *Estado* trataram do tema da estabilidade da produção industrial, e escolheram as mesmas bases, no caso o IBGE, o Citibank e a Consultoria Tendências, mostrando que há uma clara padronização no uso das referências. Um enfoque chamativo é a forma como instituições financeiras são constantemente utilizadas como fontes de referências para todos os assuntos.

Fontes como JP Morgan, Gap Asset Manager, Consultoria Lopes Filho, Consultoria Austin Asis, Agora Sênior, Global Invest, ARX Capital Management, ABM Consulting, BankBoston, Consultoria Tendências entre outras aparecem como referência para opinar sobre a crise, previsões e avaliações das decisões do COPOM, inflação, crescimento, desemprego e principalmente, sobre o mercado financeiro.

São opiniões consultadas, que não possuem o interesse na diferenciação ou na formação de uma visão mais aprofundada. É importante notar que entidades como consultorias possuem uma percepção limitada da realidade, exclusivamente baseada nas relações dos indicadores com a volatilidade do capital e outros mecanismos financeiros, e não uma compreensão do todo.

Em seguida, a maioria das datas mostra que os jornais optam por notícias diferentes, com exceção de eventos únicos, como a reunião da UNCTAD, que começa a aparecer em pauta a partir do dia 11 de junho, ou mesmo a crise da soja com a China, embargo russo à carne brasileira, a visita de Lula à Nova York ou mesmo o andamento das discussões do Mercosul.

Ficam bem evidentes as diferenças quando os assuntos estão relacionados à política e ao andamento da situação econômica do país. Por exemplo, no dia 18 de junho o *Estado* deu a primeira matéria do caderno para o crescimento do PIB, assunto que teve continuação também na página seguinte, mas a *Folha* não chegou a mencioná-lo, optando por tratar dos reflexos do aumento dos juros norte-americanos nos países emergentes, o caso da China e o foco da febre aftosa. Ou o contrário, quando a *Folha* apresentou uma matéria no dia 24 de junho sobre o INSS, mas o *Estado* concentrou assuntos de índice de emprego formal e saldo das contas externas, classificados como **Conjuntura**.

O mesmo aconteceu nos dias 17 e 20 de julho, quando a *Folha* novamente fala do INSS, incluindo explicações como "*Entenda a polêmica entre os aposentados e o INSS*" ou "*O Reajuste para os aposentados*". O *Estado* nesses mesmos dias discutiu crescimento econômico, criação de empregos formais e aumento do crédito a juro zero pelo varejo.

No entanto, alguns aspectos sempre parecem convergir. São esses os relacionados ao mercado financeiro, por alguns motivos em particular, como o uso de fontes semelhantes e assuntos freqüentes e exclusivos a essa área, tornam-se de fácil captação pelos dois jornais. Por exemplo, no dia 17 de junho, quando a pauta era a decisão do COPOM de manter o patamar dos juros, os dois cadernos de economia apresentaram opiniões semelhantes sobre a expectativa quanto à expectativa, do

mercado financeiro, dos economistas e empresários. Ou no dia 05 de julho, numa semana de otimismo dos analistas do mercado financeiro, cada jornal retratando de uma maneira, o *Estado* com "o mercado financeiro tende a trabalhar num ambiente de otimismo" ou "o mercado deve trabalhar em ambiente de mais calma" e a *Folha* com "o alívio nos mercados".

Esse tratamento referente ao mercado financeiro dá origem à discussão mais pertinente à pesquisa, que é a forma como o jornalismo econômico vê esse mercado, e tentar mostrar quais seus dois principais enfoques, o de mercado financeiro e o de mercado como relação de troca através de um mecanismo de oferta e demanda. A próxima etapa é então analisar nesse mesmo período qual o tratamento da *Folha* e do *Estado de São Paulo* para o mercado em geral.

O MERCADO NA FOLHA E NO ESTADO DE SÃO PAULO

Como um todo, o termo "mercado" é usado freqüentemente em qualquer situação, resumindo os diversos tipos como mercado de trabalho, mercado de fatores ou mercado financeiro, atuante como uma instituição concreta, quase uma pessoa. Nesse sentido, o termo aparece diariamente, com freqüência maior nas matérias de relacionadas ao mercado financeiro.

Numa aproximação numérica, dentre as 78 matérias do *Estado de São Paulo* que mencionam o termo mercado, 66 vezes referem-se ao mercado financeiro, enquanto 12 (15% do total) com relação a outros gêneros de mercado. Na *Folha* a desproporção é maior, das 62 matérias totais, apenas 7 abordam o mercado não da esfera financeira, o que significa uma parcela de 11%.

Seguem então alguns exemplos de abordagens do mercado, começando pelo mercado financeiro. Tanto a *Folha* quanto o *Estado* possuem uma seção destinada especificamente às notícias financeiras, que se chama nos dois casos **Mercado Financeiro**, constante nos cadernos de segunda a sábado. A *Folha*, entretanto, ainda

possui uma pequena seção intitulada *No Mercado*, na qual dá um retrato do mercado financeiro no dia anterior, de terça, a sábado.

Um outro ponto que reforça a idéia de importância dessa área está relacionado às páginas dedicadas à exposição de índices de mercado. A *Folha* dispõe de uma seção com aproximadamente duas páginas apenas para colocar índices econômicos, como moedas, investimentos, indicadores de preços e Bolsa de Valores de São Paulo.

O *Estado* ainda dedica um espaço maior, com uma seção de *Suas Contas*, na qual passa índices de inflação, câmbio, valor do dólar e dados úteis, como reajuste do aluguel. A seção que acompanha o *Mercado Financeiro* é a de *Indicadores*, com mais detalhes sobre câmbio, moedas, cheques, índices de preço e taxa Selic. Normalmente com pelo menos duas páginas, os *Índices de Mercado* apresentam tabelas relativas à bolsa de Mercadorias & Futuros.

Nas matérias diretamente relacionadas ao mundo financeiro, é então comum encontrar expressões como “*mercados deram mais importância ao quadro local positivo que à alta do petróleo*” (Estado, 15 de julho), ou “... *aumento do bom humor do mercado*” (Estado, 16 de julho), “*uma possível derrota no governo tende a provocar estresse no mercado*” (Estado, 02 de agosto). A *Folha* segue o mesmo padrão, perceptível através dos seguintes exemplos “*o mercado interpretou como um indício de preocupação com a evolução do dólar*” (Folha, 10 de junho), “*o petróleo, que afetou negativamente o mercado na terça-feira, acalmou-se*” (Folha, 08 de julho).

Alguns dos pontos mais significativos da idéia de mercado discutida no Capítulo II são claramente perceptíveis nesses casos citados acima. Primeiramente, é um mercado abordado como uma “entidade abstrata”, distante que parece ser capaz de reunir qualidades de conhecimento geral e atuação. O fato é que o mercado financeiro é na realidade composto por elementos e indivíduos, bastante concretos.

São elementos que variam entre pessoas, bancos, corretoras e instituições financeiras em geral que atuam através da interferência na Bolsa de Valores, interferindo no câmbio, juros e títulos. A idéia central é a existência concreta de agentes

que interferem no mercado financeiro, e que são englobados pelo texto jornalístico como uma entidade só, mistificada em torno da palavra “mercado”.

Essa forma de generalização é fácil de ser percebida nos casos que seguem, nos quais ficam claros os interesses de colocar o mercado como uma instituição distante e geral: “*apesar das notáveis conquistas da política fiscal, persistem dúvidas no mercado acerca da sustentabilidade da dívida*” (Folha de São Paulo, 12 de julho), “*queda das cotações de petróleo ajuda mercados*” (Estado de São Paulo, 14 e julho).

Além do lado abstrato, o jornalismo econômico tende a personificar o mercado. Isso significa que os textos comumente usam de expressões que dão emoções e atitudes quase humanas, como alguns exemplos mostram muito bem:

“*O mercado sentia falta de mais empresas ligadas à economia real*”, (Estado, 24 de junho), “*para deixar o mercado ainda mais nervoso*” (Estado, 09 de julho), “*apesar de o mercado já estar preparado para a manutenção da Selic em 16 ao ano*” (Folha, 21 de julho) e “*Mercado aprova, mas diz que esperava mais*” (Folha, 07 de Agosto).

É então notável que esses dois fenômenos, a personificação e a abstração, aparecem para os dois jornais, não havendo qualquer diferença de postura e tratamento do “mercado”, ou mesmo uma visão mais crítica. Há, no entanto, uma mínima distinção quando observamos o uso do termo no seu sentido mais concreto, entendido, grosso modo, como uma instituição que reúne mecanismos de oferta e demanda de bens e serviços em geral, o que inclui, no caso econômico, mercadorias e trabalho, por exemplo.

Como já foi dito anteriormente, são raros os casos em que os jornais optam por utilizar o termo “mercado” para casos em que ele existe no seu sentido real. Em alguns momentos, a referência é com relação ao mercado de trabalho, outras, mercado de algum produto específico, quando são usadas expressões de “concentração” ou “mercado interno”. Exemplos: “*tem muita gente chegando ao mercado de trabalho*” (Folha, 20 de junho), “*No mercado doméstico (de produtos industriais) é possível obter melhora...*” (Folha, 01 de julho), “*a possibilidade de uma maior oferta de eletrônicos no*

mercado interno terá reflexo sobre preços” (Folha, 10 de julho) ou “*o mercado de trabalho melhorou*” (Folha, 23 de julho).

No Estado de São Paulo, foram os seguintes casos identificados sobre o mercado: “*concentração de mercados preocupa*” (11 de junho), “*onde cresce o mercado imobiliário*” (12 de junho), “*atender ao crescimento nos mercados de papel interno e externo*” (13 de junho), “*açúcar e petróleo perdem mercado*” (18 de junho), “*a reação do mercado de trabalho em maio resultou no aumento do número de ocupados em relação a abril*” (25 de junho), “*país deve ganhar mercado (de açúcar)*” (15 de julho), “*Varejo comanda a reação do mercado de trabalho*” (24 de julho) e “*setores que atendem ao mercado interno*” (30 de julho).

É preciso apontar que a *Folha* possui toda terça-feira uma parte do caderno de economia dedicada à área de Agronegócios, chamada *AgroFolha*. Nessa página, sempre há uma “Análise de mercado”, na qual são apresentados gráficos relativos ao mercado de produtos agrícolas, como soja, café e feijão, discutindo exatamente o sentido de mercado não financeiro.

Agora é preciso passar para um questionamento, qual o sentido do uso do termo mercado como referência ao mercado financeiro? Por que ele é tão aplicado nesse sentido pelas matérias do jornalismo econômico em detrimento de uma concepção mais aproximada da realidade, e talvez menos geral?

A IDEOLOGIA DO MERCADO

Segundo Bourdieu, há uma tendência no jornalismo atuar de privilegiar a informação sem chegar a discuti-la de fato, escolhendo temas de acordo com a proximidade temporal e a capacidade de atrair leitores (1998, p. 99). O jornalismo econômico não é diferente. Busca seu público através de notícias simples, atuais, sem tentar compor uma visão que contextualize o assunto, construindo comparações ou propondo uma discussão, com uma produção “*instantaneísta e descontínuísta do mundo*” (BOURDIEU, 1998, p. 101).

A idéia de ideologia do mercado entra nesse sentido. É uma espécie de diálogo entre o jornalista e o leitor que busca passar a mensagem do mercado financeiro como instituição presente e dominante na sociedade, mantendo uma aparência de naturalidade e inevitabilidade.

A idéia de Bakhtin exposta no texto de Beth Brait é demonstra a forma como a ideologia está presente no curso da linguagem jornalística. Ela diz que há uma atitude intencional perceptível através da escolha das palavras e da entonação e que nessa opção há também um aspecto subjetivo "*avaliação social realizada pelo subjetivo*" (BRAIT, 1997, P. 97) e cultural envolvido.

Ainda de acordo com a teoria de Bakhtin, existe uma avaliação social que faz com que a criação ideológica surja entre os indivíduos da sociedade, por isso existe um diálogo contínuo entra esse indivíduo e a sociedade na qual está inserido, mediado pela língua.

A forma de tratamento do conceito de "mercado" pelo jornalismo econômico representa a ideologia da sociedade, própria à economia de mercado, segundo Polanyi, um sistema econômico controlado, regulado e dirigido por mercados (1968, p. 27). Há uma difusão de uma idéia específica, simplificada do mercado. O tema torna-se então reduzido e de fácil aceitação pelo público, ainda mais no caso de leitores não especializados no assunto economia.

A forma como os jornais *Folha de São Paulo* e *Estado de São Paulo* discutem a idéia de mercado mostra justamente que há um interesse na divulgação desse reducionismo. As causas podem estar relacionadas à crescente importância do mercado financeiro, capaz de interferir eficazmente nas demais esferas econômicas ou também ao crescimento dos próprios interesses econômicos do veículo, vinculado a outras instituições financeiras.

Os dois cadernos de economia apresentam em suas páginas grandes espaços dedicados à propaganda, não só de construtoras ou produtos de uso pessoal, mas também de bancos e instituições financeiras. O sentido disso é que há uma interligação

entre a postura do veículo, seu jornalista e seus interesses econômicos, criando uma postura a ser seguida na ética jornalística.

A citação de Alain Min em HALIMI mostra bem essa posição: "*O totalitarismo dos mercados financeiros não me alegra. Mas eu sei que ele existe.*" (1997, p. 1). A crescente importância do mercado financeiro no mundo contemporâneo indica que ele também funciona como parâmetro fundamental para o funcionamento da economia e por isso passa a ser difundido como base para toda a economia, numa visão completamente ideológica, presente inclusive nos veículos jornalísticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

São duas etapas que explicam as conclusões atingidas com esse trabalho. Primeiramente, há a apreensão do conteúdo teórico sobre o jornalismo econômico, seguida pela obtenção de resultados concretos a partir da análise prática dos jornais, conforme foi proposto como metodologia para estudo.

A primeira parte mostrou que há uma idealização na forma teórica do tratamento do jornalismo mas na prática a postura dos veículos de busca pelo grande público já está bastante presente. Já em seus manuais de redação, os dois principais jornais dão especial atenção à necessidade do texto ser simples e objetivo porque identificam esse requisito como condição de atração e manutenção do leitor-alvo. Como demonstrado, essa tendência já é indicada desde o mais básico Manual de Redação dos jornais, ou seja, é um princípio difundido como regra para o jornalismo.

As críticas ao jornalismo econômico, entretanto, referem-se principalmente ao tratamento mais especializado, ao jornalismo árido, hermético, que utiliza linguagens e argumentos técnicos e que dificultam não só a compreensão, mas também a criação de um interesse contínuo pelo assunto. Mas esse o comprometimento do didatismo, parece ser compensado pelo desenvolvimento de novos estilos, como histórias baseadas no mundo real, o jornalismo de Serviços e o jornalismo de Negócios, voltados para o serviço econômico e aspectos práticos, como casos de empresas bem-sucedidas, índices do mercado financeiro e dicas para investimentos.

Conseqüentemente, é possível constatar que de uma forma geral, a notícia econômica não se mostra realmente distante. Os jornais estão cada vez mais preocupados em simplificar a linguagem, explicá-la e reduzi-la ao mínimo de dificuldade e com isso produzir uma notícia próxima ao leitor, amplamente voltada para o aspecto prático da economia.

Em relação ao conceito de mercado, uma grande dificuldade encontrada foi a construção de um conceito geral do termo, que fosse capaz de abranger uma diversidade de temas e provar o reducionismo da forma como é utilizado no jornalismo

econômico. No entanto, a ausência de literatura especializada foi sentida principalmente numa análise mais profunda dessa visão de como o jornalismo econômico entende o uso do mercado na sua linguagem, quais seus objetivos e interpretações diferentes.

A partir da análise comparativa foi possível perceber que apesar da tendência similar dos dois veículos, as formas concretas de atuação se mostram diferentes. A aparência do *Estado*, seu menor uso de recursos de ilustração, como gráficos e boxes explicativos conforme foi visto no Capítulo III, mantém um leitor que realmente está interessado previamente no assunto. O lado educacional está menos atuante, aparecendo somente em alguns recursos de gráficos coloridos e explicações de termos.

A composição textual é mais detalhada, com uso de fontes variadas mais ainda recorrendo muito à avaliações prévias de corretoras e consultorias. Mesmo com matérias opinativas que demonstram uma preocupação com o leitor distante do assunto, elas são acompanhadas pela idéia de lidar também com quem já está acostumado e procura uma formação mais ampla.

Em contraposição, a *Folha de São Paulo* determina uma visualização muito menos formal, são apresentadas inúmeras ilustrações coloridas, o espaçamento parece ser maior construindo uma visão geral, do todo sem detalhamentos ou perspectivas mais profundas de um fato. Como foi previamente discutido no Capítulo III, a relação da *Folha* com as instituições externas ao jornal aparenta ser muito mais forte. As referências do jornal são quase que em sua totalidade baseadas nas opiniões de bancos e consultores, produzindo uma notícia homogênea que se encaixa em qualquer situação e avalia o passado de forma rasa.

O uso freqüente de explicações para os termos demonstra que há uma preocupação com o leitor comum razoavelmente excessiva, tentando esclarecer e simplificar todo o conteúdo resultando numa notícia truncada e banal ao extremo. Entretanto, é inegável que essa composição torna a leitura mais acessível e, portanto, capaz de atrair o leitor para um caderno que não é atrativo em si.

A observação do uso de um conceito de mercado geral, personificado e abstrato mostra que existe uma ideologia dos veículos e do mundo financeiro de difusão da idéia de mercado financeiro como referência de todos os fenômenos. Seguindo a idéia de Bourdieu sobre a ausência de contextualização no jornalismo, o econômico também faz parte deste perfil, com uma tendência a privilegiar o aspecto mais diretamente visível no mundo social em detrimento dos mecanismos que dão a estrutura de fato (1998, p. 94).

É assim que pode ser entendido o conceito de mercado para o jornalismo econômico. Uma visão superficial e individualizada de uma estrutura mais complexa e profunda, que interfere nas próprias condições do capitalismo e envolve um de seus princípios fundamentais, o mecanismo de oferta e demanda.

Usando a definição de Sardenberg sobre o mercado, ele explica diretamente que *“o mercado é bem amplo. Inclui, claro, investidores, bancos, fundos, mas também instituições internacionais e agências de classificação de risco”* (2004, p. 2). Essa explicação é capaz de resolver o problema da personificação e do distanciamento abstrato que o jornalismo econômico constrói do termo, mistificando-o cada vez mais.

A partir dessas duas vertentes de análise, foi possível verificar que o jornalismo econômico parece ter resolvido o dilema da contraposição público-assunto através da simplificação da notícia e, principalmente, do conceito de mercado, fundamental para a compreensão da economia como um todo. A linguagem ainda parece distante, mas procura-se cada vez mais aproximá-la da realidade do leitor mesmo com o risco de reduzir gradualmente o lado da compreensão profunda do que acontece na esfera econômica.

Algumas questões finais podem ser propostas, como um aprofundamento dos interesses que regem as opções dos editores do jornalismo econômico e uma pesquisa sobre o retrato da estrutura que sustenta a lógica financeira através de uma análise do conteúdo jornalístico. Um lado que se refere de maneira direta a esse aspecto, se encontra no papel dos próprios articulistas dos jornais e como suas colunas conseguem absorver a lógica financeira.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e técnica: As técnicas do jornalismo**. São Paulo: Ática, 1990

_____. **Jornalismo, informação, comunicação**. São Paulo: Martins

BASILE, SIDNEI. **Elementos do Jornalismo Econômico**. Campus, 2002

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. RJ: Agir, 1960

BOURDIEU, Pierre. **A televisão, o jornalismo e a política**. RJ: Jogo Zahar, 1998

BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997

CALDAS, SUELY. **Para traduzir o economês**. 2003. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acesso em 25 abril 2004

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. São Paulo: Summus, 1986

DINES, A.; VOGT, C.; DE MELO, J. M. (org). **A imprensa em questão**. Campinas: Unicamp, 1987

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. SP, Atlas, 1981

FARIA, Armando Medeiros. **O Jornalismo Econômico e o Processo de Privatização**. 1996 Disponível em: www.eca.usp.br/associa/alaic/Congreso1999/6gt/armando.rtf . Acesso em 12 fev. 2004

VIEIRA FILHO, Geraldo. **Complexo de Clark Kent: são super-homens os jornalistas?** São Paulo: Summus, 1991

Folha de S. Paulo. **Manual Geral de Redação.** São Paulo, 1987

HALIMI, Serge. Contra o jornalismo de mercado, incentivar a dissidência. **Le Monde Diplomatique.** Junho, 1997

JACOBINI, M. L. DE PAIVA. **Metodologia do trabalho acadêmico.** SP: Alínea, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico.** São Paulo: Edusp, 1996

_____. **Paradoxos do Jornalismo Econômico.** In: Revista Adusp, Dezembro 1997. Disponível em: www.adusp.org.br/revista/12/r12a03.pdf. Acesso em: 12 fev. 2004

MARTINS, Eduardo. **Manual de Redação e Estilo – O Estado de São Paulo.** São Paulo: O Estado de São Paulo, 1997

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em Revistas no Brasil: Um Estudo das Construções Discursivas em Veja e Manchete.** São Paulo, Annablume, 1999

QUINTÃO, Aylê- Salassié Filgueiras. **Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964.** Rio de Janeiro: Agir, 1987

POLANYI, Karl. **Primitive, Archaic and Modern Economies: Essays of Karl Polanyi.** Boston: Beacon Press, 1968

_____. **The Livelihood of Man.** New York: Academic Press, 1977

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1980]

SACHS, Ignacy. Entre Polanyi e Von Hayek. **Revista de economia Política.** Vol. 12, nº 2 (46), abril/jun. p. 10-17. 1992

SARDENBERG, Carlos A. **Quem nos trata mal?** Estado de São Paulo, 12 de julho de 2004

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: Princípios Básicos.** Editora Campus, 1994