

PUCRS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

ELIANA PATRÍCIA SILVA STUMPF

**OS ESTUDOS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL:
UMA HISTÓRIA DAS IDEIAS EM PERSPECTIVA COMPARADA**

Porto Alegre
2020

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS

ELIANA PATRÍCIA SILVA STUMPF

**OS ESTUDOS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL:
UMA HISTÓRIA DAS IDEIAS EM PERSPECTIVA COMPARADA**

Porto Alegre

2020

ELIANA PATRÍCIA SILVA STUMPF

**OS ESTUDOS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL:
UMA HISTÓRIA DAS IDEIAS EM PERSPECTIVA COMPARADA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação

Orientador: Professor Dr. Francisco Ricardo de Macedo Rüdiger

Porto Alegre

2020

Ficha Catalográfica

S934e Stumpf, Eliana Patrícia Silva

Os estudos sobre Jornalismo Econômico no Brasil : Uma história das ideias em perspectiva comparada / Eliana Patrícia Silva Stumpf . – 2020.

213 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Ricardo de Macedo Rüdiger.

1. História do pensamento jornalístico brasileiro. 2. Estudos sobre Jornalismo Econômico. 3. Estudos brasileiros de jornalismo: Literatura sobre economia. 4. Jornalismo Econômico: Teoria e pesquisa no Brasil. I. Rüdiger, Francisco Ricardo de Macedo. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Clarissa Jesinska Selbach CRB-10/2051

ELIANA PATRÍCIA SILVA STUMPF

**OS ESTUDOS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL:
UMA HISTÓRIA DAS IDEIAS EM PERSPECTIVA COMPARADA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação

Aprovada em: 27 de agosto de 2020.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Francisco Ricardo de Macedo Rüdiger – PUCRS

Prof. Dr. Carlos Nelson dos Reis – PUCRS

Profa. Dra. Beatriz Corrêa Pires Dornelles – PUCRS

Porto Alegre

2020

*Dedico esta dissertação a minha
mãe Eliana Santos da Silva
Stumpf e ao meu esposo Juliano
Souto Moreira da Silva Stumpf,
pelo amor e apoio irrestritos; e a
meu pai Paulo Alberto Stumpf (in
memoriam), meu avô Geraldo
Patrício da Silva (in memoriam) e
a minha tia Isabel Cristina Santos
da Silva (in memoriam), pelo
incentivo aos estudos.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, Nosso Senhor Jesus Cristo e a Nossa Senhora Aparecida, por tudo.

À Capes, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela Bolsa de Estudos concedida.

Ao meu orientador Francisco Rüdiger, pelas iluminações e conselhos ao longo do caminho.

Aos professores doutores Beatriz Corrêa Pires Dornelles e Carlos Nelson dos Reis, pela participação nesta Banca de Defesa.

À Elaine Costa de Lira e Iara Breda de Azeredo, que muito me ajudaram a conseguir livros fora de catálogo.

La aparición de un nuevo libro es siempre una muy buena noticia, porque [...] siempre resulta imprescindible, básico y determinante, contar con el producto material impreso, base, raíz y referencia de toda posible influencia científica estable (MORAL, 2016, p. 7)¹.

¹ Ver Javier Fernandez del Moral, catedrático de Jornalismo Especializado na Universidad Complutense de Madrid, em Sobrados León (2016).

RESUMO

A presente pesquisa se apresenta como um guia de conhecimento dos estudos sobre jornalismo econômico feitos no Brasil, das origens, em 1987, à atualidade. Trata-se de uma análise do estado da arte desse tipo de trabalho, que reúne, analisa, compara e aprecia cada um dos nove principais títulos surgidos no período, cujos autores são Aylê Quintão (1987), Bernardo Kucinski (1996), Claudio Lachini (2000), Sidnei Basile (2002), Suely Caldas (2003), José Venâncio de Resende (2005), Hérica Lene (2013), Paula Puliti (2013) e Letícia Fiera (2018). As fontes são classificadas de acordo com o viés analítico e conceitual assim desenvolvido, com vistas à elaboração de mapeamento epistemológico do campo. Os resultados obtidos revelam paralelismos entre a aproximação teórica dos autores brasileiros com os preceitos estipulados pela literatura originária de Espanha e Portugal, que pode ser consultada, e, além disso, apontam seus méritos tanto quanto as lacunas existentes dentro da história das ideias presente nos livros brasileiros sobre jornalismo econômico.

Palavras-chave: História do pensamento jornalístico brasileiro: Estudos sobre Jornalismo Econômico. Estudos brasileiros de jornalismo: Literatura sobre economia. Jornalismo Econômico: Teoria e pesquisa no Brasil.

ABSTRACT

The present research presents itself as a knowledge guide for studies on business or economic journalism carried out in Brazil, from its origins in 1987 to today. It is an analysis of the state of the art of this type of work, which gathers, analyzes, compares and appreciates each of the nine main titles that appeared in the period, whose authors are Aylê Quintão (1987), Bernardo Kucinski (1996), Claudio Lachini (2000), Sidnei Basile (2002), Suely Caldas (2003), José Venâncio de Resende (2005), Hérica Lene (2013), Paula Puliti (2013) e Letícia Fiera (2018). The sources are classified according to the analytical and conceptual bias thus developed, with a view to elaborating an epistemological mapping of the field. The results obtained reveal parallels between the theoretical approach of Brazilian authors with the precepts stipulated by the literature from Spain and Portugal, that can be consulted, and beyond that, point to its merits as well as the gaps in the history of ideas present in the Brazilian books on business or economic journalism.

Keywords: History of Brazilian journalistic thought: Studies on Business or Economic Journalism. Brazilian studies of journalism: Literature about economics. Business or Economic Journalism: Theory and research in Brazil.

RESUMEN

La presente investigación se presenta como una guía de conocimiento para estudios sobre periodismo económico realizados en Brasil, desde sus orígenes en 1987 hasta la actualidad. Es un análisis del estado del arte de este tipo de trabajo, que reúne, analiza, compara y aprecia cada uno de los nueve títulos principales que aparecieron en el período, cuyos autores son Aylê Quintão (1987), Bernardo Kucinski (1996), Claudio Lachini (2000), Sidnei Basile (2002), Suely Caldas (2003), José Venâncio de Resende (2005), Hérica Lene (2013), Paula Puliti (2013) e Letícia Fiera (2018). Las fuentes se clasifican según el sesgo analítico y conceptual así desarrollado, con el fin de elaborar un mapeo epistemológico del campo. Los resultados obtenidos revelan paralelismos entre el enfoque teórico de los autores brasileños con los preceptos estipulados por la literatura de España y Portugal, que pueden consultarse, y además, apuntan sus méritos así como a las brechas en la historia de las ideas presente en los libros brasileños sobre periodismo económico.

Palabras clave: Historia del pensamiento periodístico brasileño: Estudios sobre Periodismo Económico. Estudios de periodismo brasileño: Literatura sobre economía. Periodismo Económico: Teoría e investigación en Brasil.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. QUANDO JORNALISMO E ECONOMIA SE ENCONTRAM.....	25
2.1. JORNALISMO ESPECIALIZADO EM ECONOMIA.....	26
2.2. AS ORIGENS DO JORNALISMO ECONÔMICO PELO MUNDO.....	39
3. IDEÁRIO DOS LIVROS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO.....	59
3.1. A POLÊMICA TEMPORAL.....	60
3.2. A CONTRIBUIÇÃO HISTÓRICA.....	70
3.3. A MÃO DE OBRA.....	77
3.4. A LINGUAGEM ESPECIALIZADA.....	82
3.5. OS PRINCÍPIOS ÉTICOS.....	88
3.6. ENTRE A INFLUÊNCIA CONSTANTE E O DOMÍNIO.....	93
3.7. MEIOS QUE MUDAM O MERCADO.....	98
4. A LITERATURA SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL: O EIXO ACADÊMICO.....	106
4.1. AYLÊ QUINTÃO (1987) – O JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL DEPOIS DE 1964.....	106
4.2. BERNARDO KUCINSKI (1996) – JORNALISMO ECONÔMICO.....	118
4.3. HÉRICA LENE (2013) – JORNALISMO DE ECONOMIA NO BRASIL.....	126
4.4. PAULA PULITI (2013) – O JURO DA NOTÍCIA – JORNALISMO ECONÔMICO PAUTADO PELO CAPITAL FINANCEIRO.....	133
4.5. LETÍCIA FIERA (2018) – JORNALISMO ECONÔMICO E OS LOBOS DAS FINANÇAS – GRUPO FOLHA E O GOVERNO LULA.....	146
5. O EIXO DE ORIGEM PROFISSIONAL.....	154
5.1. CLAUDIO LACHINI (2000) – ANÁBASE – HISTÓRIA DA <i>GAZETA MERCANTIL</i>	154
5.2. SUELY CALDAS (2003) – JORNALISMO ECONÔMICO.....	164
5.3. JOSÉ VENÂNCIO DE RESENDE (2005) – CONSTRUTORES DO JORNALISMO ECONÔMICO – DA COTAÇÃO DO BOI AO CONGELAMENTO DE PREÇOS.....	170

6. O EIXO HÍBRIDO: ENTRE O ACADÊMICO E O PROFISSIONAL.....	179
6.1. SIDNEI BASILE (2002) – ELEMENTOS DO JORNALISMO ECONÔMICO – A SOCIEDADE BEM-INFORMADA É UMA SOCIEDADE MELHOR.....	179
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	189
REFERÊNCIAS.....	192
1. FONTES DOCUMENTAIS.....	192
2. DOCUMENTOS ELETRÔNICOS PUBLICADOS.....	193
3. LITERATURA AUXILIAR.....	194
APÊNDICE A – PERFIL DE AYLÊ QUINTÃO.....	202
APÊNDICE B – PERFIL DE BERNARDO KUCINSKI.....	203
APÊNDICE C – PERFIL DE CLAUDIO LACHINI.....	205
APÊNDICE D – PERFIL DE SIDNEI BASILE.....	206
APÊNDICE E – PERFIL DE SUELY CALDAS.....	208
APÊNDICE F – PERFIL DE JOSÉ VENÂNCIO DE RESENDE.....	210
APÊNDICE G – PERFIL DE HÉRICA LENE.....	211
APÊNDICE H – PERFIL DE PAULA PULITI.....	212
APÊNDICE I – PERFIL DE LETÍCIA FIERA.....	213

1. INTRODUÇÃO

A presente dissertação tem como tema os estudos brasileiros sobre jornalismo especializado em economia disponíveis sob a forma de livros, incluindo os que tiveram origem em dissertações e teses acadêmicas, tomando-se como base de pesquisa o material indicado como tal nos sistemas de busca da internet e o catálogo disponível no site da Biblioteca Nacional.

O conjunto formado pelos nove livros resultantes deste levantamento, doravante chamado de literatura brasileira de jornalismo econômico – ou de jornalismo de economia –, distribui-se em período que vai de 1987, ano da primeira publicação, até 2018, época da mais recente, no tocante à definição dos limites do presente estudo.

O espaço-temporal do assunto tratado nessa literatura, como poderá ser visto, é, claro, muito maior, mas o foco utilizado não está no assunto, e sim na literatura a seu respeito. A literatura brasileira de jornalismo de economia muitas vezes faz referência a dois momentos da história com impacto no gênero. Primeiramente, os anos 1950, período dos anos dourados do capitalismo com repercussão em escala mundial e sobre a economia brasileira, em simultaneidade com o modelo desenvolvimentista do Governo de Juscelino Kubitschek. Depois, o final dos anos 1960 e até meados dos anos 1970 quando ocorre o período de intenso florescimento do jornalismo de economia no Brasil em razão do chamado “milagre econômico brasileiro”.

Como a natureza desta pesquisa é eminentemente teórica e com um vasto objeto a ser analisado, para chegar a uma história das ideias referente à literatura brasileira de jornalismo econômico, a pesquisadora produziu uma série de figuras a fim de facilitar a visualização das informações/comparações que irão surgindo sobre os nove livros do corpus. Juntos eles assumem a forma de um objeto de estudo com o volume exato de 2.570 páginas. Aqui, elas são tratadas como fontes documentais.

A ilustração contida na Figura 1 – Livros brasileiros sobre jornalismo econômico corresponde ao primeiro desses itens visuais. Nela está expressa a ordem cronológica dos livros da amostragem, que serviu apenas como ponto de partida para a execução do trabalho.

Figura 1 – Livros brasileiros sobre jornalismo econômico



Fonte: A autora (2020)²

Desse modo, a definição do objeto está fixada nos seguintes livros nacionais sobre jornalismo econômico, conforme a ordem de lançamento de sua primeira edição: O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964 (QUINTÃO, 1987), Jornalismo econômico (KUCINSKI, 1996), Anábase – História da Gazeta Mercantil (LACHINI, 2000), Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem informada³ é uma sociedade melhor (BASILE, 2002), Jornalismo econômico (CALDAS, 2003), Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao

² Todas as 13 figuras da presente pesquisa correspondem às informações sistematizadas por esta autora com base nas respectivas produções.

³ [sic] bem-informada

congelamento de preços (RESENDE, 2005), Jornalismo de economia no Brasil (LENE, 2013), O juro da notícia: jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro (PULITI, 2013), e Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula (FIERA, 2018). São essas as obras que os aspirantes a compreender mais sobre a esfera brasileira do jornalismo de economia, e nem só os profissionais jornalistas e/ou pesquisadores da área, devem ter em mente para conhecimento, consulta e leitura.

Justamente por isso elas foram escolhidas e reunidas como objeto de estudo⁴ e, também, por serem capazes de atender a uma especificidade condicionante desta pesquisa. A saber, todos os livros do corpus deveriam ser obras inteiras assinadas pelo(s) mesmo(s) autor(es) bem como responder ao sentido maior de ter o jornalismo econômico em primeiro plano nas suas páginas.

Foram detectados outros trabalhos e estes chegaram a ser considerados para integrar o presente corpus. No entanto, foi somente o contato direto com os livros que esclareceu sua incompatibilidade com a proposta desta pesquisa. São exemplos os livros “Jornalismo empresarial” (TORQUATO DO REGO, 1984), que aborda tipos de publicações jornalísticas que podem ser feitas pelas assessorias de imprensa/comunicação para as suas empresas; “Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética” (KUCINSKI, 2005), uma reunião de 10 artigos do autor em que o jornalismo econômico é tratado apenas em dois; “Jornalistas brasileiros – Quem é quem no jornalismo de economia” (RIBEIRO & PASCHOAL, 2005), que não é um livro, mas sim um guia comercial, publicado pelas agências Mega Brasil e Call Comunicações, que traz breves biografias de 500 jornalistas lotados na cobertura econômica pelo menos à época de sua realização (entre dezembro de 2004 e maio de 2005); “Formação & informação econômica: jornalismo para iniciados e leigos” (VILAS BOAS, 2006), uma coletânea de artigos assinados por seis autores diferentes e mais propensa a servir como glossário dos conceitos econômicos; e “História econômica e imprensa” (CORRÊA, CHAVES & BRANDÃO,

⁴ É importante notar que a ordenação dos livros, conforme o ano de sua primeira edição publicada, obedece ao sentido histórico e cronológico dos títulos. Contudo, segundo é possível verificar nas fontes documentais deste trabalho (p. 187), serão utilizadas as primeiras edições somente dos livros de Quintão (1987), Lachini (2000), Resende (2005), Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018). Em virtude da publicação de outras edições além da original, são usadas para análise a 3ª edição do livro de Kucinski (2007), Jornalismo econômico; a 2ª edição revista e ampliada em cerca de 50 páginas, e com alteração da cor da capa, do livro de Basile (2012), Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor; e a 3ª edição do livro de Caldas (2012), Jornalismo econômico.

2016), outra coletânea com 12 artigos de autores diferentes cujo enfoque no jornalismo econômico existe em sete desses⁵.

Uma vez explicados os parâmetros de escolha do corpus, também é importante frisar que a obra assinada por Lachini (2000), Anábase – História da Gazeta Mercantil, foi um dos últimos a constar na amostragem da pesquisa. Porque apenas sua leitura é que permite compreender como um livro que detalha a trajetória de um veículo especializado em jornalismo econômico traz à tona, por conseguinte, várias partes essenciais da história brasileira do jornalismo de economia.

Como justificativa principal desta pesquisa, é necessário salientar sua originalidade, ao reunir e esmiuçar uma literatura específica ainda pouco estudada, com o que se pretende contribuir para a realização de novos estudos dedicados ao tema. Salvo engano e a julgar pela própria bibliografia brasileira a respeito, o jornalismo econômico tem merecido a atenção de parte dos pesquisadores – incluindo aí os que vêm de outras áreas que não o jornalismo. Apesar de, no Brasil, há décadas, existir um jornalismo de economia, faltava a feitura do estado da arte a respeito da respectiva literatura, a pesquisa sobre o que dizem os estudos já realizados sobre jornalismo econômico. É exatamente atentando para tal ineditismo que esta dissertação se justifica. Pois parece promissor construir uma pesquisa que empreenda uma detalhada análise documental comparada dessas obras, fazendo um mapeamento da história das ideias que permeiam a literatura brasileira de jornalismo econômico. E, para além disso, mostrando como os estudos brasileiros sobre jornalismo econômico doutrinam sobre o jornalismo econômico brasileiro.

Uma justificativa adicional está ligada à tarefa de instaurar um modelo de trabalho comparativo e basilar para a literatura específica de jornalismo econômico. De modo que ela própria, enquanto área epistemológica, seja beneficiada com periódicas atualizações mediante seus novos títulos disponíveis. Também vale destacar, de um modo geral, o pequeno número de trabalhos acadêmicos e, mais ainda, a quase inexistência de grupos de pesquisa ou de estudos voltados estritamente ao jornalismo econômico. Portanto, em favor de uma história das ideias quanto às pesquisas sobre o jornalismo econômico no Brasil, o fomento desse campo de investigação soa legítimo e oportuno em face da contribuição que pretende deixar.

⁵ Ribeiro & Paschoal (2005), Vilas Boas (2006), e Corrêa, Chaves & Brandão (2016) serão utilizados como bibliografia de apoio.

Quanto aos objetivos da pesquisa, o principal deles é saber o que a literatura brasileira específica sobre o assunto levantou, observou e concluiu a respeito do jornalismo econômico no Brasil. Um desdobramento desse objetivo principal é o objetivo de ser uma espécie de guia quanto aos autores e livros de jornalismo de economia no Brasil, que foram publicados até 2018. Esta pesquisa está construída sob esse objetivo: evidenciar aos interessados dessa temática o que os autores e livros brasileiros já produziram no campo das ideias.

No campo dos objetivos específicos, são três as metas deste estudo: propor uma classificação da literatura, agrupando os títulos conforme suas ideias; ressaltar os pontos fortes e – caso hajam – os pontos fracos que cada um dos nove livros do corpus traz para a área; e apontar os grandes consensos, contrapor os dissensos que existem nessa literatura para, dentro do possível, sugerir/propor distinções conceituais, interpretações mais adequadas ou até mesmo novas interpretações a respeito dos tópicos mais relevantes. É provável que a maior contribuição teórica deste estudo diga respeito à promoção da conversa entre os autores do corpus.

Além disso, durante o itinerário da pesquisa, também será verificada quantitativamente como a ciência econômica está inserida na literatura brasileira de jornalismo econômico.

O problema de pesquisa está desdobrado em três importantes questões, quais sejam: *existe relação entre o corpus da pesquisa?* (Leia-se, os autores do corpus citam seus pares de temática que publicaram anteriormente? Se sim, que tipo de relação é essa?); *a literatura brasileira sobre jornalismo econômico trabalha mais, efetivamente, o conhecimento desse tipo de jornalismo especializado ou mais o conhecimento da economia?*; e, por último, *a literatura brasileira sobre jornalismo econômico possui lacunas importantes?*

A metodologia historiográfica, com sua perspectiva de abordagem que tem predomínio documental e deixa patente a ausência de discurso normativo, é adotada por esta pesquisa de caráter eminentemente teórico. A natureza da dissertação é a história das ideias e, para tanto, o procedimento metodológico crucial requerido é a análise documental comparada dos livros eleitos como corpus do estudo. Portanto, como fontes documentais que estão sendo analisadas e comparadas, foi necessário a esta pesquisa buscar entre as suas referências bibliográficas outros autores. Inclusive com a preocupação de que o referencial teórico utilizado para analisar o corpus não fosse baseado e/ou escrito a partir das contribuições dos autores do

corpus. Assim é que se intenta estabelecer uma apreciação crítica da literatura brasileira sobre jornalismo econômico.

Os procedimentos metodológicos adotados em relação ao corpus incluíram algumas etapas. A primeira etapa foi o estudo minucioso de cada livro procurando coletar as seguintes informações: objetivo da obra, contexto de elaboração, justificativa do autor, plano de trabalho, matriz teórica, estratégia metodológica, citação emblemática, resumo da matéria, análises principais, conclusões, tipologia e relação com as obras/demais autores do corpus. Todas essas informações vão aparecer, de modo não linear, na apreciação realizada para cada um dos nove livros e que está distribuída nos capítulos 4, 5 e 6 da presente dissertação.

A segunda etapa incluiu a marcação, e posterior transformação em listagem, dos termos ou expressões relativas à economia que são encontradas em cada integrante do corpus. Cada listagem, que recebe um *link* de acesso disponível para os leitores desta pesquisa e futuros interessados no aproveitamento dos dados, dá origem à confecção de uma nuvem de palavras respectiva. Trata-se de uma ferramenta visual capaz de sintetizar os principais tópicos ligados à ciência econômica que cada livro aborda⁶ para contextualizar o jornalismo econômico. Mais do que isso, cada nuvem de palavras elaborada reverbera rapidamente o enfoque da economia que está empregado em cada livro. Elas são literalmente ilustrações desse teor porque não compete a esta pesquisa diagnosticar, apontar e/ou problematizar as visões ideológicas de mundo que são próprias de cada autor.

A ferramenta da nuvem de palavras, devido ao volume do objeto analisado e também aos muitos subtemas e aspectos existentes em cada obra, provou-se um

⁶ Durante a leitura de cada livro foram marcadas todas as expressões ou termos relativos à economia (incluindo conceitos, teorias, jargões econômicos, episódios históricos, personagens como ex-ministros da Fazenda/Economia e do Planejamento, profissionais economistas – assim não foram listados e contados, por exemplo, nomes de ex-presidentes da república e demais políticos e nem os dos próprios jornalistas de economia que não eram/são também economistas –, instituições governamentais ou representativas de classe – que não fossem bancos ou empresas privadas –, veículos internacionais de jornalismo econômico – haja vista que os nacionais têm um lugar reservado para o comparativo final, e demais termos afins) que pertencem aos elementos textuais de cada um desses nove livros. Ou seja, ficaram de fora da marcação todos os elementos anteriores à introdução e posteriores à conclusão de cada obra, justamente para evitar a contagem em itens como glossário. Depois, os termos eram listados e editados de modo a eliminar as repetições e a sintetizar cada item numerado da listagem. Dessa forma, ao final de cada apreciação dos livros do corpus, consta a respectiva nuvem de palavras, que destaca os dez termos econômicos principais e os 15 auxiliares daquele livro, bem como o *link* para consultar a lista/documento eletrônico que viabilizou a confecção dessa ferramenta visual. Uma vez que tais listagens estavam feitas, mas não precisariam ser utilizadas como apêndices até mesmo em função do tamanho delas, foi uma opção desta pesquisa colocá-las à disposição em sinal de transparência quanto ao desenvolvimento metodológico do trabalho.

instrumento por demais facilitador no trânsito desta pesquisa entre um e outro livro. Além disso, o aspecto quantitativo a que se chegou com cada uma dessas listagens dialoga diretamente com a necessidade de saber se, por vezes, o tema do livro é invertido. Ou seja, se em vez do autor estar detido ao tema do jornalismo econômico utilizando uma contextualização da economia ele, na verdade, inverte essa lógica fazendo um livro sobre economia por meio da contextualização do jornalismo econômico. O que, então, trata-se de um autor desviante dentro dessa proposta de literatura brasileira sobre jornalismo econômico.

Ainda nesta etapa, foram produzidos como apêndices da dissertação o perfil do autor de cada livro. Ali estão condensadas informações coletadas nos próprios livros do corpus, em alguns casos também nos livros que constam nas referências desta dissertação ou que lhe servem como fontes documentais, e junto a páginas da web que estão devidamente identificadas⁷.

Para que haja o comparativo direto é necessário haver uma aproximação entre os autores quando eles estão tratando dos mesmos tópicos relativos ao jornalismo de economia. Porém, é importante ter em mente que, durante todo o curso da pesquisa, os livros do corpus estão sendo analisados e comparados entre eles. Inclusive, é dessa observação que os subtemas candentes foram direcionados para o cotejo à luz de outros autores.

No tocante à fundamentação teórica norteadora deste estudo, embasado pela compreensão metodológica de história das ideias e análise documental comparada, recorre-se a Skinner (2005) com sua orientação precisa para o trabalho a ser desenvolvido pelo pesquisador.

A missão do historiador das ideias é estudar e interpretar um cânone de textos clássicos. E a importância de escrever esse tipo de história reside no facto de os textos clássicos sobre moral, política, religião e outras formas de pensamento conterem uma “sabedoria intemporal” expressa em ideias universais. Em resultado disso, torna-se possível aprender e beneficiar directamente da investigação desses “elementos intemporais” uma vez que eles possuem uma relevância perene. Isto sugere, por sua vez, que a melhor maneira de abordar esses textos é concentrando-nos no que cada um deles diz sobre os “conceitos fundamentais” e as “questões recorrentes” [...] Por outras

⁷ Foi uma opção desta pesquisadora estabelecer contato com alguns dos autores do corpus via e-mail, para obter basicamente a data e local de nascimento deles, apenas na primeira semana de março de 2020. A essa altura as análises já haviam sido concluídas, permitindo um distanciamento crítico ainda maior em relação ao objeto de estudo sem qualquer influência/interferência desse contato.

palavras, devemos estar preparados para ler cada um dos textos clássicos “como se tivessem sido escritos por um contemporâneo nosso”. É sem dúvida essencial abordá-los dessa maneira, concentrando-nos simplesmente nos argumentos apresentados e examinando aquilo que eles têm para nos dizer acerca dos temas eternos. Mas se, em vez disso, enveredarmos por uma análise das condições sociais ou dos contextos intelectuais em que esses textos foram escritos, seremos incapazes de descortinar a sua sabedoria imemorial e, desse modo, perderemos a noção de sua importância e daquilo que nos levou a estudá-los (SKINNER⁸, 2005, p. 81-2).

Além do referencial dominante de Skinner (2005), esta dissertação vale-se da perspectiva crítica contida em Rüdiger (2002), autor que assevera como “as comunicações vêm sendo estudadas com pouco método e, quando o são, o emprego deste elemento se caracteriza pela abordagem de natureza marcadamente empirista”. A partir da sua indicação, tal perspectiva crítica aqui aplicada deve-se à insuficiência do “positivismo (naturalista e objetivista) e” da “hermenêutica (culturalista e humanista) (RÜDIGER, 2002, p. 31). Dessa maneira, ele estabelece a necessidade de:

elaborar modelos teóricos e procedimentos analíticos para fins de estudo, mas, ao mesmo tempo, ela não pode deixar que isso rompa com um contexto de tradição e com o solo da história universal, que formam seu campo de interesse. Em vista disso, os princípios metódicos nela envolvidos encontram-se submetidos de alguma forma às estruturas e sistemas que ela postula, seja no presente, seja nas formas sociais que discerne no passado. O conhecimento mantém relações de dependência e limite com essas condições, que colocam assim a exigência de sua superação prática mediante uma auto-reflexão crítica, adequada a seu próprio interesse (RÜDIGER, 2002, p. 31).

Isto posto, conforme o que prescreve Rüdiger (2002), os cinco estágios metodológicos cumpridos por esta pesquisa equivalem ao, pela ordem, 1º estágio, que é o “heurístico” (a definição clara de “um campo de pesquisa de relevância para o pesquisador”); 2º estágio, que é o “historicista” (diz respeito à reconstrução “das condições históricas” com a ajuda “do referencial teórico”); 3º estágio, que é o “hermenêutico” (com suas características analítico-compreensivas, se relaciona com a etapa levantamento dos 12 tópicos de cada um dos livros do corpus); 4º estágio, que é o “explanatório” (corresponde à “análise de texto e de contexto”); e 5º estágio,

⁸ Edição publicada em Portugal.

que é o “interpretativo” (tomar os problemas da pesquisa e colocá-los numa “outra perspectiva, de natureza histórica abrangente”) (RÜDIGER, 2002, p. 168-172).

De um modo geral, a contribuição metodológica de Bauer; Gaskell; Allum (2002) está refletida quanto à pesquisa de texto e seus aspectos quantitativos e qualitativos, fundamentais para a confecção dos instrumentais gerados (listagens e figuras).

A literatura internacional específica sobre jornalismo econômico baseou-se no acervo disponível em língua espanhola e, secundariamente, provindo de Portugal, sendo fundamental para delinear o encontro entre jornalismo e economia, além de conferir o distanciamento bibliográfico necessário aos livros que são as fontes documentais do corpus de pesquisa. Na Espanha, centro da matriz teórica sobre jornalismo econômico que embasa a presente dissertação, primeiramente, as condições políticas e econômicas do país atrasaram o início de seu moderno jornalismo especializado em economia. Porém, durante a metade da década de 1980, ocorre uma sensível melhoria dessas condições: “houve uma certa expansão econômica internacional, que assume maior importância [...]. Os dois países com o maior crescimento econômico da OCDE [Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico] foram o Japão e a Espanha”, respectivamente (RÍO CABRERIZO, 1999, p. 21, tradução nossa⁹).

No tocante ao jornalismo econômico especializado que é o tema dos livros, Brasil e Espanha têm em comum a origem dele: seus processos nacionais de industrialização e, conseqüentemente, altas taxas de crescimento econômico. Para além disso, eles são exemplos de países que a partir de tais eventos criaram demanda para a existência de um mercado de jornalismo econômico especializado que, posteriormente, mereceu a atenção e os estudos de vários autores.

É claro que se deve observar a diferença temporal de quase duas décadas entre o fenômeno ocorrido, pela ordem, nesses dois países. Contudo, sem esquecer que a explicação para o contexto espanhol é válida para os cenários brasileiros e de demais países ocidentais com presença de um jornalismo econômico contemporâneo: “essa atração econômica também respondeu a crescente demanda por informações econômicas e a crescente oferta de mídia” (RÍO CABRERIZO, 1999, p. 21, tradução nossa). Isso colocou a Espanha numa posição de

⁹ Nesta dissertação todas as traduções feitas a partir de obras em língua estrangeira são da autora.

protagonismo, seja pelo desenvolvimento do jornalismo econômico ali praticado em diferentes jornais especializados de circulação diária, seja pelos significativos autores e livros¹⁰ que se debruçaram sobre ele. Pois se, geralmente, cada país com um moderno jornalismo econômico especializado possui, e consegue suportar, a operação de um grande jornal de economia diário e nacional, a Espanha tem provado ser o país que serve como exemplo contrário. Porque mesmo que seus veículos não detenham uma venda de exemplares expressiva, eles persistem e coexistem para o bem dessa área especializada de jornalismo.

O aumento progressivo do interesse na economia por parte do público e o maior profissionalismo de jornalistas especializados levaram a um processo de geração de jornalismo econômico que viu, simultaneamente, a demanda e o fornecimento dessas informações aumentarem. As notícias econômicas coletadas pelas seções econômicas da mídia espanhola em geral, escritas, audiovisuais ou online, multiplicaram-se exponencialmente nos últimos anos. Por sua vez, em paralelo, produtos de mídia especializados em informações econômicas foram criados com tanta profusão como nunca se conheceu em nenhuma outra especialidade informativa. Como mostra o exemplo: a Espanha é o único país do mundo que possui três jornais diários em papel para disseminação nacional de informações econômicas (e chegou a ter quatro)¹¹ (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 118, tradução nossa).

Ainda quanto ao referencial teórico que embasa a pesquisa, alguns autores foram fundamentais para a execução desta dissertação até mesmo para que se pudesse analisar os livros do corpus e saber quando, de fato, o autor está tratando

¹⁰ Alguns dos autores que integram a presente matriz teórica voltaram seus trabalhos para muito além das publicações espanholas. Especialmente, este é o caso de Ángel Arrese que é autor dos livros “La identidad de *The Economist*” (1995), com suas 1.096 páginas sobre a revista inglesa fundada em 1843, e “Prensa económica: De la *Lloyd’s list* al *wsj.com*” (2002), com suas 443 páginas que oferecem um amplo panorama do desenvolvimento da informação econômica e, depois, do jornalismo econômico pelo mundo – inclusive utilizando os livros brasileiros disponíveis até então (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002) para mencionar o jornalismo econômico no Brasil.

¹¹ Em seu artigo “La información económica, un valor en alza” (2016), a autora Rosa del Río Cabrerizo refere-se aos jornais diários espanhóis especializados em economia *5 Días* (fundado em 1978), *Expansión* (fundado em 1986) e *El Economista* (fundado em 2006). O quarto periódico em questão é o extinto *La Gaceta de los Negocios* (fundado em 1989), que em 2009 troca de nome para *La Gaceta* e se torna um jornal generalista. Além disso, as publicações especializadas em informação econômica na Espanha, ao final de 1989, chegaram a um total de 77 títulos – em sua imensa maioria publicações mensais – conforme listaram os autores (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 66-71), que excluíram da contagem publicações “encartadas” em outros veículos, “institucionais”, de “caráter acadêmico ou estritamente técnico” e “anuais”. Elas são um indicativo de uma imprensa econômica tão diversificada quanto vibrante na produção de veículos especializados nesse país. O que, sem dúvida, fomentou os estudos e os autores espanhóis que publicaram livros sobre o tema do jornalismo econômico.

do jornalismo econômico ou da economia. São eles as referências de leitura que não aparecem ao longo do trabalho: Bielschowsky (2000), Bresser-Pereira (2018), Cardoso (2000), Carneiro (2002), Díaz González (1996), Draibe (2007), Furtado (2000), Génèreux (2006a; 2006b), Giambiagi et al. (2011) e Pascuchi & Rahnema (1996).

Já o referencial teórico ativamente requerido vem de Abreu (2003; 2017), Arrese (1995; 2002; 2010), Arrese & Vara Miguel (2011; 2016), Calvo (2016), Coca García & Díezhandino Nieto (1991; 1998), Corrêa (2016), Figueiredo (2016), Hermida Lloret (1995), Martins (2007), Ribeiro & Paschoal (2005), Río Cabrerizo (1999; 2004; 2016), Ruiz & Vara Miguel (2010), Silva (2016) e Sobrados León (2016).

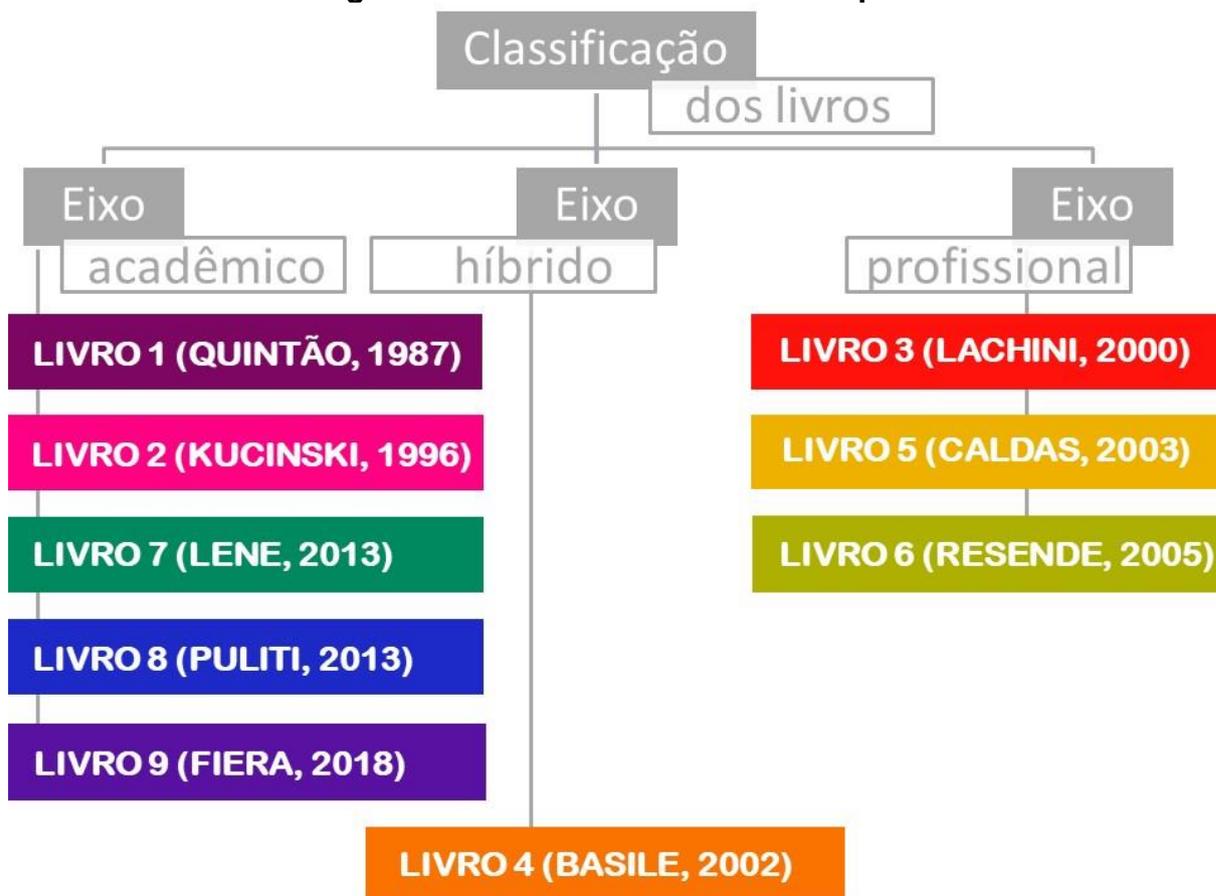
Portanto, a análise documental comparada propriamente dita foi a terceira e última etapa metodológica desta pesquisa, correspondendo ao 4º e 5º estágio preconizados por Rüdiger (2002), e sendo realizada por último. No entanto, como um resultado não pretendido por esta pesquisa, na execução do capítulo de cotejo entre os autores do corpus, ficou evidente que os mesmos subtemas localizados junto aos autores brasileiros, que lhes proporcionam uma conversa teórica, também aproximavam os autores brasileiros de jornalismo econômico dos autores ibéricos dedicados ao tema.

Por isso, a disposição dos capítulos desta pesquisa ficou assim: logo após esta etapa introdutória está o capítulo 2. “Quando jornalismo e economia se encontram”, capítulo 3. “O ideário dos livros sobre jornalismo econômico”, capítulo 4. “A literatura sobre jornalismo econômico no Brasil: o eixo acadêmico”, capítulo 5. “O eixo de origem profissional”, capítulo 6. “O eixo híbrido: entre o acadêmico e o profissional”, e capítulo 7. “Considerações finais”.

A etapa introdutória, que começou com a exposição cronológica do objeto, termina com a visualização classificatória contida na Figura 2 – Divisão estrutural do corpus. Uma proposta original desta dissertação para agrupar em eixos de publicação os livros da amostragem. A saber, o eixo acadêmico, representado por cinco autores; o eixo profissional, representado por outros três autores; e o eixo híbrido, que tem sua representação em somente um autor que conseguiu transitar entre ambos os eixos, o acadêmico e o profissional, instaurando nessa literatura brasileira específica um novo tipo de publicação. Cumpre ressaltar aos interessados em jornalismo econômico ter em mente que cada um desses livros constituem, por

suas peculiaridades, nove universos próprios de abordagem desse tema. Todos – até mesmo aquele que aqui se aponta como autor desviante – com suas contribuições significativas para um âmbito maior, que é o do conhecimento a respeito do jornalismo econômico no Brasil e brasileiro.

Figura 2 – Divisão estrutural do corpus



Fonte: A autora (2020)

2. QUANDO JORNALISMO E ECONOMIA SE ENCONTRAM

De modo a colaborar com a epistemologia sobre o jornalismo econômico, que se encontra nos seus livros referentes, este capítulo tem início evocando um esclarecimento crucial. Sem a sua compreensão não é possível entender como o jornalismo e a economia estão relacionados, mas, apesar disso, não devem ser confundidos com o jornalismo econômico propriamente dito.

A base da informação econômica é a transformação de dados em informação e, uma vez que essa informação tenha sido entendida, analisada, assumida e interpretada, torna-se conhecimento. O conhecimento, portanto, é composto de bancos de dados que passaram pelo filtro benéfico da informação e avaliação. A economia torna-se, assim, o motor da informação econômica, da mesma forma que a informação econômica se torna o poder da economia, pois, sem sua divulgação, suas realizações não seriam possíveis. A informação está na própria razão de ser da atividade econômica, mas evoluiu para um valor em si mesma, já que o maior ou menor grau de informação sobre uma determinada empresa ou sobre um determinado produto de investimento representa um ativo importante nas mãos daqueles que possuem esses dados. A economia é básica para a informação, mas a informação é a base da economia. Sem informação não é possível alcançar certos níveis de poder econômico e político. Por esse motivo, o conhecimento dos dados necessários da atividade econômica é um valor em ascensão, cada vez mais cotado (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 118-9, tradução nossa).

Para explicar e enfatizar o encontro celebrado entre jornalismo e economia, este capítulo está dividido em dois grandes itens. Neles serão mostrados quais são as particularidades que são próprias desta especialização jornalística (item 2.1. “Jornalismo especializado em economia”) e as circunstâncias internacionais e nacionais do surgimento do jornalismo econômico (item 2.2. “As origens do jornalismo econômico pelo mundo”).

Assim é que esta dissertação se põe a esmiuçar os pormenores desse encontro. Inclusive no que se refere aos seus desencontros, ocorridos internamente quando o jornalismo econômico não alcança algumas daquelas finalidades indicadas por seus autores de referência:

A disseminação do conhecimento econômico pela mídia enfrenta esse paradoxo do interesse econômico: as notícias econômicas não são particularmente interessantes, mas as notícias econômicas são fundamentais para nossas vidas. Historicamente, o paradoxo foi bem-resolvido no caso das pessoas mais envolvidas na ação

econômica – empresários, gerentes, políticos, investidores, etc. –, para os quais maior conhecimento econômico e maior atenção ao que está acontecendo atualmente são, em grande parte, mais uma obrigação trabalhista. O interesse utilitário prevalece nesses casos sobre outras considerações. Com essa visão utilitária, os esforços da mídia e a atividade informativa de especialistas foram amplamente direcionados. Contudo, ainda há muito a ser feito para resolver esse paradoxo no caso do homem da rua, o cidadão comum. Para ele, também, uma cultura econômica melhor tem uma clara dimensão utilitária, mas provavelmente é difícil de ver. O jornalismo econômico tem a obrigação de ajudar a resolver esse paradoxo para toda a sociedade (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 75, tradução nossa).

Porém, antes de estar a par do dever geralmente atribuído ao jornalismo econômico frente ao grande público em geral, é importante saber mais quanto às características próprias dessa especialização jornalística.

2.1. JORNALISMO ESPECIALIZADO EM ECONOMIA

No contexto contemporâneo, Sobrados León (2016) evidencia o problema por trás dos benefícios do jornalismo especializado e dividido em editorias específicas: “cortes na força de trabalho da mídia nos últimos anos, o imediatismo exigido no trabalho jornalístico, favorecem o tratamento superficial da maioria dos tópicos e tornam muito difícil para o jornalista enfrentar o desafio da especialização” (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 27, tradução nossa). Porém, a autora prescreve para ambos, jornalista e público que consome as notícias, justamente, o jornalismo especializado como forma de melhor aproveitamento do trabalho jornalístico realizado:

A existência de seções para a organização interna do jornal, ao mesmo tempo em que ordena o conteúdo para o leitor e facilita a especialização dos jornalistas que nelas trabalham, permite maior eficiência e qualidade na produção de notícias. O jornalista que trabalha de maneira estável em uma seção desenvolve um conhecimento mais aprofundado dos tópicos e multiplica seus contatos, o que lhe permite resolver a construção da peça informativa com maior solvência do que aqueles que não possuem essa especialização adquirida com o tempo, dedicação e constância (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 26-7, tradução nossa).

Uma das particularidades do jornalismo econômico especializado demonstra como estão ligados, intrinsecamente, o jornalismo e a economia. Neste caso, a conjunção de fatores nacionais é quase sempre determinante:

De qualquer forma, o desenvolvimento de informações econômicas varia de acordo com o desenvolvimento de cada país e, naturalmente, de acordo com as tendências políticas. Os países com uma imprensa financeira mais desenvolvida são aqueles como a Grã-Bretanha ou os Estados Unidos (com grandes seções financeiras em *The New York Times*, *Washington Post*, *Chicago Tribune*, *Boston Globe*, *Christian Science Monitor*, *Los Angeles Times*, etc.) e agora o Japão – que, tendo se tornado um grande exportador de capital, experimentou uma forte demanda por informações econômicas – e a Suíça, com grandes jornalistas especializados em questões monetárias, entre os quais se encontram os mais brilhantes comentários financeiros da Europa continental – algo que não é surpreendente em um país que vive com dinheiro estrangeiro –, nações que desfrutam de maior desenvolvimento econômico. No entanto, esse não é o caso da França, um país que não desenvolveu uma tradição de jornalismo financeiro independente, embora a mídia que cobre esse campo tenha registrado um forte aumento nos últimos anos (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 49, tradução nossa).

Arrese & Vara Miguel (2016) identificam os cinco aspectos pertencentes ao campo informativo do jornalismo especializado em economia e que são as “características derivadas da própria natureza do conteúdo econômico” (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 50, tradução nossa). Algo que é fundamental considerar a fim de não incorrer em julgamentos maniqueístas sobre o jornalismo econômico.

Tais particularidades estão constituídas, em síntese e a partir do que preconizam os autores Arrese & Vara Miguel, no 1) enfoque economicista – que, editorialmente, é quando a mídia especializada em economia “reproduz o discurso econômico capitalista e neoliberal”, mas, em contrapartida, tal “economicismo também se traduz em um tratamento mais técnico dos assuntos atuais, exigido pela complexidade e alto nível de abstração dos fenômenos econômicos” –; 2) no enfoque utilitarista – que é a “clara vocação utilitária” na qual deve predominar ante os demais “o critério noticioso de que a informação é útil para o público”, mas que resguarda uma constante “tensão entre jornalismo a serviço do mercado e jornalismo a serviço da sociedade” –; 3) no enfoque reflexivo – representado pelo “peso considerável das fontes institucionais e de especialistas” atuando sobre os “processos complexos de ‘negociação’ entre jornalistas e vários agentes de mercado” com uma consequência direta, qual seja “a dificuldade de jornalistas especializados em desenvolver perspectivas mais holísticas e críticas sobre a informação” –; 4) no enfoque excludente – que é uma perspectiva em que o cidadão

comum se vê preterido no “processo de preparação e disseminação de informações especializadas, especialmente na mídia financeira”, já que “sua presença é muito limitada como fonte”, e, pior ainda, “seus interesses são amplamente excluídos” –; e, finalmente, 5) no enfoque internacional – que reflete o próprio alinhamento jornalístico “com a globalização das economias e dos mercados”, muito em função dos veículos referenciais do jornalismo econômico, e mesmo em determinadas localidades “onde o contexto político e econômico às vezes não é o mais apropriado”, o que, por conseguinte, acaba por afastar das pautas “posições excessivamente nacionalistas ou localistas diante das questões atuais” (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 50-3, tradução nossa).

O referido enfoque excludente do jornalismo econômico situa os interessados na temática sobre outra de suas particularidades: o fato de que ele não é voltado ao grande público em geral. Por mais que seja um tipo de jornalismo especializado, e como tal possua características compartilhadas pelos diferentes tipos de jornalismo especializado, a literatura específica demonstra que o jornalismo econômico é feito primordialmente para um público que, em alguma medida e na maioria das vezes, já traz ou deveria trazer um conhecimento prévio da área econômica. Isto é, a informação econômica requer muito do profissional jornalista que a produz, elabora, mas também requer muito por parte de quem vai consumir o noticiário econômico.

A informação sobre economia, [...], requer uma iniciação e aqueles que já dominam o assunto têm uma grande capacidade de convicção quando se trata de levar o aprendiz a seguir um ou outro veículo de comunicação por alguns motivos ou outros. Assim como na informação política, fatores como a ideologia do veículo, os elementos técnicos da informação econômica – a preparação dos jornalistas, a gestão de fontes, o estilo de análise, etc. – desempenham um papel menos evidente e, portanto, exigem uma “explicação” do já iniciado. Aí reside o seu poder, e é por isso que a informação é dirigida principalmente a ele e àqueles que são como ele, e não aos leitores comuns (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 20, tradução nossa).

Até que houvesse o desenvolvimento do moderno jornalismo econômico, o mais comum era que os assuntos econômicos estivessem sempre atrelados aos assuntos políticos pela própria inter-relação existente entre política e economia. Mesmo existindo algum nível de vínculo entre eles, conforme se observa com os processos de especialização dentro do jornalismo, tais áreas podem conservar sua

independência ao menos na abordagem conferida em cada uma dessas editorias específicas. Em seus estudos que interligam o jornalismo político e o jornalismo econômico, Maritza Sobrados León registra e avalia o momento em que, durante o século XX, a economia e o jornalismo econômico adquiriram mais importância do que a política e o jornalismo político.

[...] nos anos sessenta do século passado, a política econômica conseguiu dar a impressão de que a política exercia um certo domínio sobre a economia, mas isso foi perdido gradualmente com a globalização. [...] os movimentos de manifestação cidadã representam uma recuperação da política contra as leis do mercado, mas isso é a política de baixo (cidadãos) e não da superestrutura do poder (governantes) (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 21-2, tradução nossa).

A maioria dos autores da literatura específica sobre jornalismo econômico frisa como a economia está, efetivamente, muito relacionada à política. O que, todavia, não os impede de destacar como a cobertura especializada – e separada – de cada uma dessas áreas, transformadas em editorias próprias, é positiva. Seja para o público que vai consumir as notícias, seja para o jornalismo especializado.

Na mídia a política e a economia são apresentadas como áreas diferenciadas, cada uma com conteúdos específicos reconhecidos como próprios. Na área de política, as seções podem ser delimitadas de acordo com um princípio geográfico [...]. Esse critério territorial é o que define as questões que permanecem dentro e as que são excluídas, além da importância que elas têm para o público a que a mídia é direcionada. As informações econômicas, no entanto, são subdivididas por ordem temática: Bolsas de Valores, Empresa, Economia (onde são discutidas questões de política econômica), Mercados ou Tecnologia, entre outros (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 24, tradução nossa).

Com relevância para o jornalismo especializado em economia – e ainda outros tipos de jornalismo especializado, como será visto mais à frente –, a informação econômica, em toda a sua abrangência, assume ramificações segundo os temas de que trata. Entre um e outro autor, também existe variação quanto a uma classificação própria para os assuntos veiculados junto à editoria de Economia.

Río Cabrerizo (1999; 2004; 2016) assinala que o jornalismo econômico está dividido em áreas de interesse informativo que formam quatro grandes blocos de informação econômica. Sua classificação aponta que são elas as informações

“macroeconômicas”, “microeconômicas”, de “bolsa e investimento” (também chamadas de “mercado de valores”) e “financeiras e monetárias” (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 130, tradução nossa).

Em linhas gerais e pela ordem, cada uma dessas subdivisões dentro do jornalismo econômico atende aos assuntos ligados “à grande economia (indicadores econômicos, orçamentos públicos, tributação e mercado de trabalho)”; à “cada microunidade dentro da economia (pessoas, empresas, trabalhadores, proprietários de terras, consumidores, produtores, etc.)”; à “emissão e negociação de títulos de valores mobiliários emitidos no médio e longo prazo”; e às “grandes classes de entidades financeiras” que compõem o “sistema financeiro” de um país (via de regra são três: instituições de crédito, intermediários do mercado de valores mobiliários e outras entidades financeiras) e à “política monetária” (gerência das “variações na quantidade ou no custo da moeda”), conforme indica Ríó Cabrerizo (2016, p. 130-9, tradução nossa). Com destaque para as informações macroeconômicas, que é o principal e mais abundante desses grandes blocos de informação no jornalismo econômico especializado, e, logo a seguir, aparecendo as informações microeconômicas. Daí em diante, ocorrem setorizações de cobertura junto a cada um dos grandes blocos informativos da economia.

A partir da classificação estrutural e pormenorizada de Ríó Cabrerizo (2004; 2016), é possível depreender como cada um desses grandes blocos é importante para a organização da cobertura feita pelo jornalismo especializado em economia. Porém, sempre considerando que essa divisão conceitual não isola por completo o assunto de um desses grandes blocos de informação econômica dos demais.

O jornalismo econômico é um tipo de jornalismo especializado. Apesar disso, entre os autores da sua literatura específica, são frequentes os comentários negativos quanto às fontes também especializadas que o jornalismo econômico, via de regra, põe a falar em seus conteúdos. Esta é, certamente, uma das particularidades mais curiosas no que tange o jornalismo econômico e, como tal, mereceu a atenção de Arrese & Vara Miguel (2016) na seguinte explicação:

A comunicação econômica e financeira se encaixa perfeitamente nesse paradigma de comunicação, e o jornalismo econômico deve atender a suas peculiaridades. Entende-se, sob essa perspectiva, que frequentemente se fala que o jornalismo é dominado, “capturado”, por fontes especializadas (financeiras, corporativas e etc.); um jornalismo que segue essencialmente a agenda de

negócios e dos mercados, ignorando outros interesses; que realiza uma cobertura estritamente definida em seu conteúdo pela necessidade de se concentrar em informações sensíveis ao mercado e que, na prática, exclui mais do que inclui as necessidades e interesses do público em geral. Como consequência, muitas vezes é enfatizado que as notícias econômicas tendem a reproduzir as ideias, normas e valores predominantes dos principais atores econômicos, comerciais e financeiros (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 49, tradução nossa).

No tocante ao trabalho do jornalista responsável pela cobertura da área econômica, por mais que ele saiba que seu público não é, de fato, o “leitor”/consumidor “comum” de notícias ou o chamado “público em geral”, ele deve se ater ao compromisso jornalístico de escrever/noticiar, antes de qualquer coisa, para os leitores/consumidores do veículo jornalístico que representa. Assim sendo feito, ele conseguirá atender a um componente primordial do jornalismo econômico que é, em geral, salientado pelos autores da sua literatura específica.

É necessário dar um rosto humano aos protagonistas da informação (os prédios das empresas não reportam; seus presidentes o fazem) e explicar as chaves econômicas, estratégicas, pessoais e profissionais que levaram os protagonistas da informação a tomar as decisões que foram relatadas na notícia. Mas sempre será mantida a escala informativa de valores que ordena às notícias ir além do plano de interesse geral. Essa fórmula já foi promovida pelo diretor do *The Wall Street Journal*, Bernard Kilgore, em seu jornal no início da década de 1940: “não escreva para os banqueiros” – dizia Kilgore a seus editores –; “escreva para seus clientes, que são mais”. Não escrevemos para nossas fontes, mas para informar os cidadãos (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 116-7, tradução nossa).

As recomendações de Arrese & Vara Miguel (2016) são consonantes às obtidas em Río Cabrerizo (2016). Para a dupla de autores, um aspecto fundamental a fim de cultivar o bom jornalismo de economia é manter uma espécie de equiparação entre a personalização e a abstração, na hora de narrar os acontecimentos econômicos, para que esta seja a sua virtude informativa. Pois o perigo da abstração é constante nesta seara em que, de modo geral, “uma das características dos eventos econômicos, financeiros e de negócios é que eles fazem sentido quando são analisados como comportamentos agregados” (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 57, tradução nossa).

Em decorrência disso, avaliam Arrese & Vara Miguel (2016), a pouca identificação do público diante do noticiário econômico também se faz presente

porque “da mesma forma que o homem médio da estatística não tem uma existência 'real', a 'realidade' econômica também não se identifica necessariamente com o que cada cidadão experimenta ou percebe” (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 56, tradução nossa). A orientação deixada pelos autores demonstra como o jornalismo econômico especializado pode alcançar o mencionado equilíbrio na hora de noticiar:

O antídoto para a abstração é a personalização, ou melhor, o ajustamento de causas e efeitos a protagonistas individuais ou coletivos, identificados com clareza. É assim que o jornalismo econômico focado no personagem – executivos importantes no mundo dos negócios, por exemplo – emerge; no impacto da análise de casos particulares – grandes sucessos e fracassos, comportamentos incomuns nos mercados, etc. –; ou na edição atual de decisões individuais sobre investimento, economia, consumo, etc. – Jornalismo de serviço desenvolvido no campo das finanças pessoais. As histórias individuais, a personalidade de empreendedores, gerentes e empresas carismáticas, o jornalismo de declarações e repórteres “estrela”, e a busca pelo sensacional compensam o mundo de abstrações de modelos e sistemas econômicos e comerciais. Mas quando essa abordagem é extrema, é fácil para as informações econômicas acabar distorcendo a realidade (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 57, tradução nossa).

O jornalismo econômico segue em crescimento nos diferentes tipos de mídia e, quando se leva em conta o espaço de destaque que lhe é conferido, torna-se mais fácil compreender por que existe a cobrança de uma responsabilidade adicional por parte do jornalista encarregado dessa cobertura.

O econômico é um jornalismo especializado e seus leitores, geralmente, também o são. No entanto, cada vez mais, o público em geral está recorrendo massivamente a informações econômicas e financeiras para ser informado sobre eventos que podem afetar sua qualidade de vida. A atual crise econômica e financeira global elevou o jornalismo econômico ao firmamento da mídia em todos os seus aspectos: macroeconômico, microeconômico e financeiro. E a responsabilidade da imprensa, especializada ou generalista, e dos profissionais que seguem essa informação é de maior importância, se possível, no contexto atual. Porque informações deturpadas, sem ética profissional ou simplesmente erradas, podem alterar a qualidade de vida das pessoas, pois podem tomar decisões erradas em seus planos de poupança ou investimento e alterar suas economias familiares. E o mesmo pode acontecer com as instituições: informações falsas ou maliciosas sobre elas pode quebrar a confiança dos clientes e consumidores e causar pânico (por exemplo, retirada de fundos no caso de rumores infundados sobre uma entidade financeira) e provocar retaliações injustas (parar de consumir seus produtos se uma informação enganosa lhe

atribuírem fatos ou comportamentos falsos) (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 115-6, tradução nossa).

Enquanto um tipo de jornalismo especializado que é, o jornalismo econômico ainda precisa conviver com uma dubiedade interna. Fazer jornalismo econômico especializado carece de jornalistas com formação e, preferencialmente, especialização no assunto. As empresas de mídia por trás dos veículos afins parecem, entretanto, estar mais comprometidas com um modelo de produção de notícias que, em realidade, vai de encontro a tal necessidade da informação econômica.

Atualmente, existem muitos autores e profissionais da mídia que consideram que o futuro do jornalismo reside na especialização, embora [...] as empresas jornalísticas estejam comprometidas com um profissional versátil, um "pau para toda obra" que se encaixa melhor ao atual paradigma da produção jornalística, um modelo de produção de baixo custo (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 36-7, tradução nossa).

O jornalismo e a economia, de acordo com a visão aqui encampada, não se encontram apenas na circunscrição do jornalismo econômico especializado como conseguem ir além. É um sentido amparado pela conceituação do que diz Elvira Calvo, tanto sobre a informação econômica quanto sobre as expectativas em torno da formação dos jornalistas de economia: "Devido a sua transcendência, a informação econômica tornou-se um dos campos do jornalismo que exigia que os profissionais tivessem maior grau de especialização" (CALVO, 2016, p. 181, tradução nossa).

Anterior ao moderno jornalismo econômico especializado, a transcendência da informação econômica conjuga-se a um moderno contexto midiático em que ele, o jornalismo econômico, se sobressai como uma espécie nobre de jornalismo especializado perante os demais tipos. Não sem razão de ser, surge como um efeito decorrente dessa conjugação a capacidade que a informação econômica tem de atingir até mesmo outros tipos de jornalismo especializado. Isso acontece, principalmente, pelo destaque que a economia e seus processos concernentes assumem, de forma inegável, na vida de todos.

Porque a economia está presente na vida das pessoas desde sempre, independentemente de elas apreciarem e/ou compreenderem os processos macro e

microeconômicos, é que aqui também se destaca a existência da pauta de caráter econômico. Isto é, seja no jornalismo geral seja no jornalismo especializado em outras áreas – como, por exemplo, a esportiva, a cultural, a de meio ambiente, a de celebridades, a de saúde e demais –, sempre há de haver incidência de matérias jornalísticas com um viés econômico dentro de outras editorias jornalísticas especializadas. O que remete ao sentido de importância inculcado nos assuntos econômicos que, por vezes, acabam sobrepondo os limites da cobertura própria do jornalismo especializado de economia.

Não obstante a transcendência da informação econômica, sem dúvida, é uma questão de percepção estar atento ao fato de que a sua utilização em outras áreas do jornalismo especializado, na verdade, tenta emprestar-lhes a proeminência do jornalismo especializado em economia. Pois, como advertem Coca García & Díezhandino Nieto (1991), correspondendo os jornalistas especializados em economia à “elite” dos profissionais jornalistas, por sua vez, corresponde também o jornalismo econômico à “elite” da informação jornalística. Então, quando outros tipos de jornalismo especializado recorrem a uma abordagem marcada pela informação econômica – abordagem aqui proposta como pauta de caráter econômico –, eles estão trazendo para a sua especialidade de cobertura um pouco da credibilidade superior que já é uma condição para o jornalismo econômico.

Dessa forma, fica mais fácil perceber na mídia muitos conteúdos jornalísticos, de outras áreas especializadas de cobertura, que são realmente pautas de caráter econômico. São inúmeros os exemplos ligados ao jornalismo especializado agrícola, esportivo, ambiental, de celebridades, de saúde/medicina, entre outros, em que se verifica uma franca abordagem de caráter econômico. De modo algum isso indica a ocorrência de jornalismo econômico, mas, com toda certeza, é algo que amplia ainda mais a relevância da cobertura feita no jornalismo econômico. Já que, graças à transcendência da informação econômica, tal abordagem dos assuntos pode e deve servir como uma prática de atuação profissional para os jornalistas radicados em outras áreas de cobertura especializada¹².

¹² Para ilustrar a afirmação, basta mencionar alguns casos como as pautas de caráter econômico do *agribusiness/agronegócio*, dentro do jornalismo agrícola especializado que é muito mais abrangente; a cobertura esportiva de futebol que recorrentemente condiciona projeção ou cobrança de resultados e títulos de acordo com a quantidade/preço total de contratações de um time numa temporada ou mesmo pelo tamanho da sua folha de pagamento; as medidas protetivas ao meio ambiente que não vão adiante em função dos cálculos que apontam prejuízos da ordem de milhões ou bilhões; quanto cada celebridade ou subcelebridade, por mais emergente que seja, fatura com

Apesar do status desfrutado pelo jornalismo econômico, o comentário de Figueiredo (2016, p. 85) é pertinente por denunciar “o forte preconceito” sofrido pelos “temas ligados à economia”. Algo que certamente ajuda a distanciar ainda mais o interesse do grande público bem como deve atrapalhar as perspectivas de entendimento que este poderia ter.

Muitos querem entender as crises, as de hoje principalmente; aventam comparações com as do passado, mas não sabem muito bem como fazê-las ou mesmo se cabe fazê-las. Poucos, contudo, dedicam-se a estudar o fenômeno. Dizem: “Economia é muito difícil!”, “Economia? Muito chato!”, “Coisa de economista!”, “Coisa de marxista!”. E assim vai-se ao vento rapidamente a curiosidade, e com ela também a possibilidade do entendimento de uma esfera social fundamental e do estabelecimento de relações mais complexas entre as diversas dimensões da sociedade. [...] Porque, por mais que não gostemos ou tenhamos dificuldade em entender, não vivemos apartados da economia; todos trabalhamos, produzimos, trocamos e consumimos. Os processos sociais dialogam, interagem e se influenciam mutuamente (FIGUEIREDO, 2016, p. 85).

Río Cabrerizo (2016) evidencia o contraste entre a centralidade do jornalismo econômico, o tamanho de sua influência na sociedade, e seu diminuto público específico, o tamanho de sua pouca audiência ou seu consumo em índices de venda – ainda que esteja crescendo. Ela fornece uma explicação complementar:

O jornalismo econômico tem mais influência que público. Seu poder reside no fato de que sua informação é seguida pelas elites políticas e econômicas, além do setor comercial e financeiro. Não é um jornalismo de massa, embora a economia seja o centro no qual a sociedade e a política gravitam e pelo qual o público em geral esteja cada vez mais interessado. Por esse motivo, a mídia especializada em economia tem uma baixa difusão, mas uma grande influência. Portanto, seu controle é cobiçado pelas forças políticas dominantes e pelas elites econômicas. Os jornalistas de informação econômica, em

publicidade, presenças vip, *views* (visualizações) nas redes sociais e etc. e onde o preço de um salário – quando ele existe –, passa a ser um mero detalhe na sua movimentação de lucros e aferição de sucesso; e, por último e mais recentemente observado, o que se viu (está sendo visto) na cobertura da pandemia mundial do Coronavírus (COVID-19). Tal assunto, resguardadas as devidas consequências globais do fato, se liga ao jornalismo especializado em saúde ou medicina, mas invariavelmente dominou o noticiário com sua abordagem de caráter econômico, nas pautas que ensejam tal enfoque, e também tendo que reportar a perspectiva – aí sim – economicista de diferentes autoridades ou fontes diante de um problema de saúde pública. Porque neste caso não se trata de uma crise econômica de proporções globais – como se viu nos eventos do *Crash* da Bolsa de Nova Iorque (1929), do primeiro (1973) e do segundo (1979) Choque do Petróleo, e da Crise do *Subprime* estadunidense (2007/2008) –, mas sim de uma crise de saúde global com severos reflexos na economia mundial. Todos esses são exemplos da transcendência da economia sobre diferentes tipos de jornalismo especializado.

geral, são bem-formados e têm maior credibilidade que a média para usar. A informação também está muito bem-valorizada e assim, devido a sua influência, há uma profusão de mídia econômica que não se justifica por sua venda [...] (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 142-3, tradução nossa).

As explicações de alguns autores, no entanto, acabam por demonstrar aquilo que pode ser interpretado como um motivo plausível tanto para o preconceito acerca dos temas econômicos na mídia quanto para a sua pouca audiência. No âmbito do jornalismo especializado em economia existe um modelo alternativo de comunicação que, segundo apontam Arrese & Vara Miguel (2016, p. 49, tradução nossa), está focado no papel decisivo da escol porque “as elites são simultaneamente as fontes mais importantes, os principais destinatários da informação e os protagonistas centrais de hoje”. O que, neste sentido, recebe o endosso de Sobrados León (2016), quanto às características que fazem do jornalismo econômico um tipo peculiar de jornalismo especializado. Tanto é assim que a autora espanhola afirma:

É um tipo de jornalismo que concentra seu interesse em atingir um público muito específico, que compõe o tecido econômico do país, que ao mesmo tempo é sua fonte mais frequente, produzindo uma retroalimentação da informação que vem das fontes e retorna às fontes, com o que a imparcialidade é mais do que duvidosa (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 31, tradução nossa).

Atenta às características próprias que a economia transfere para o jornalismo econômico, Calvo (2016) pondera a respeito da relação interesse do público *versus* audiência deste tipo de jornalismo especializado. Com destaque para os recursos de mídia que facilitam as explicações e estão disponíveis na web, sendo dessa forma utilizados pelos jornalistas de economia, ela avalia como o contexto atual pode favorecer àquela que é, sem dúvida, uma das particularidades-chave desta especialização jornalística: a precisão.

Assim, a informação econômica está presente nas mídias tradicionais e digitais, mas quantidade e qualidade nem sempre andam de mãos dadas. Os cidadãos estão interessados em assuntos econômicos, financeiros e empresariais, mas a própria natureza abstrata e complexa da Economia se estende aos conteúdos. Por esse motivo, os profissionais, devido às possibilidades oferecidas pela Internet, desenvolveram estratégias e técnicas informativas para aprimorar esse conteúdo, graças a vídeos e infográficos. Se alguma informação tem de ser rigorosa, verdadeira e completa, esta será a

econômica devido às consequências que pode acarretar (CALVO, 2016, p. 192, tradução nossa).

Ao entrar no campo dos desencontros protagonizados por jornalismo econômico e economia, a linguagem, “por força da repetição”, acaba fazendo com que diferentes conceitos, termos ou expressões econômicas percam o seu “significado” (HERMIDA LLORET, 1995, p. 45, tradução nossa). É o que demonstra a explanação a seguir:

Com a palavra "competitividade", algo assim aconteceu. O leitor da imprensa econômica terá tido a oportunidade de verificar como esse termo é usado para se referir a uma empresa específica e a um setor de negócios (por exemplo, "a competitividade do setor industrial" ou "competitividade do setor têxtil"). Além disso, em termos globais, você o leu em relação à economia de um país como um todo, como por exemplo, nas expressões "A competitividade espanhola está no seu ponto mais baixo" ou "devemos aumentar a competitividade das empresas". Em suma, parece que todo mundo sabe o que isso significa.

No entanto, a competitividade é um dos conceitos mais esquivos no campo da economia empresarial. [...]

A confusão vem da falta de acordo sobre o que o termo significa. Antes vimos que a palavra "competitividade" pode aparecer no contexto de uma história relacionada a uma empresa, mas também em relação à economia de um país como um todo. [...]

A primeira coisa que precisamos é de uma definição. Em resumo, podemos definir competitividade como *a capacidade que uma empresa manifesta para competir contra seus rivais*. O conceito está diretamente relacionado à concorrência, embora de maneira alguma os dois termos tenham o mesmo significado (HERMIDA LLORET, 1995, p. 45-46, tradução nossa).

A respeito de um jornalismo econômico que trabalha, erroneamente, com perspectivas de curto prazo, também existem indicações para correção de rumo dos profissionais jornalistas demonstrando como, no mínimo, tal concepção é inadequada para estabelecer uma leitura dos acontecimentos econômicos:

Embora o interesse jornalístico esteja vinculado a notícias efêmeras, o interesse científico e de especialistas está precisamente preocupado com o que resta, ou pelo menos com o que está subjacente às mudanças que ocorrem em sua área de atividade. No que diz respeito às notícias econômicas, esse fato tem manifestações claras. A imprensa, e ainda mais a televisão, estão preocupados demais com o curto prazo, transformando a atual situação econômica em uma sucessão de indicadores, números e análises da situação dos negócios – em uma "economia de sobe e

desce" –, que muitas vezes ajudam pouco, quando não impedem, a compreensão de seus verdadeiros mecanismos de operação. Esses mecanismos têm a ver com o longo prazo, com a análise das inter-relações entre indicadores e eventos ao longo do tempo, e com os processos encadeados mais do que com a informação econômica de hoje que serve apenas para tomar decisões futuras, sejam elas mais ou menos distantes (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 58, tradução nossa).

Sob pena de incorrer em erros crassos na cobertura realizada, o jornalismo econômico exige de seus profissionais, em seu conteúdo noticioso, que as comparações estabelecidas sejam temporais. Isso é o que vêm demonstrando alguns autores da sua literatura específica:

Na linguagem usual do jornalismo econômico, os dados são soberanos. Na economia, muitas vezes, os dados são a notícia econômica em si, a própria notícia. É a única especialidade informativa que permite sistematicamente intitular com os dados exatos (sem aproximações como "próximo de" ou "algo a mais que"), pois essas são exatamente a notícia. Se a economia espanhola vai crescer 3,1%, e o Governo prevê, essa é a manchete, porque essa é a notícia. Outra imposição da informação econômica é sempre comparar os dados com os do mesmo período anterior porque, caso contrário, as informações permaneceriam pela metade. No jornalismo econômico, as comparações não são odiosas, mas necessárias. Um dado, por si só, informa apenas parcialmente. Até que seja comparado com o seu homólogo anterior, esses dados não podem ser avaliados. Portanto, se for indicado em uma manchete que tal empresa obteve um lucro de 50 milhões de euros, deve-se acrescentar, então, que isso representa 13% a mais (ou 5% a menos, por exemplo) do que o obtido no mesmo período anterior (ano anterior, trimestre anterior, etc.), porque é essa comparação que informa a evolução dos resultados da empresa. As comparações em informação econômica devem ser utilizadas até a conclusão (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 127, tradução nossa).

Não sem ter autores como HERMIDA LLORET (1995) que, mesmo selecionando e apontando erros frequentemente veiculados pelo jornalismo econômico especializado, contemporiza parte dos problemas de linguagem deste tipo de jornalismo. De fato, ele até os justifica:

A verdade é que os jornalistas econômicos precisam concentrar uma grande quantidade de informações em poucas páginas. Ao contrário de seus colegas da imprensa não especializada, eles não conseguem explicar em detalhes cada um dos termos que usam. Se eles fizessem isso, não apenas a leitura de seus artigos seria

tediosa..., mas os jornais econômicos teriam cada um o volume de uma lista telefônica (HERMIDA LLORET, 1995, p. 13, tradução nossa).

Por último, outra das particularidades do jornalismo econômico que é trazida por alguns autores dessa literatura, internacional ou nacionalmente, é o entendimento de que os países detentores de uma história da imprensa econômica e, depois, de uma história do desenvolvimento de seu moderno jornalismo econômico especializado só conseguiram isso devido a um ponto em comum. A própria diversificação da sua economia doméstica, em primeiro lugar, mas também de sua economia externa. É a criação de uma demanda para que haja um mercado. O que sem dúvida enseja, como será visto a seguir, o exame dos primórdios da sua trajetória e as respectivas ideias apresentadas pela literatura ibérica específica.

2.2. AS ORIGENS DO JORNALISMO ECONÔMICO PELO MUNDO

Ao longo de sua história, o desenvolvimento do jornalismo econômico foi marcado por momentos de euforia e desolação, por situações de inovação e mudança e por fases de estagnação e lentidão. Até certo ponto, através desses comportamentos cíclicos, os princípios e formas de relatar questões econômicas, financeiras e de negócios foram consolidados. Ao mesmo tempo, permanecem tensões e problemas, desafios profissionais que, em segundo plano, acompanham – quase sem variar significativamente – a prática dessa especialidade jornalística (ARRESE, 2010, p. 17, tradução nossa).

O jornalismo, aquele especializado na cobertura econômica, encontra-se com a economia a partir da história de sua evolução. Porque ambos possuem, como se arrisca a afirmar o autor espanhol Ángel Arrese (2010), a característica cíclica de seus movimentos de expansão e contração. De forma análoga, o autor tenta definir como se dá tal dinâmica:

Esse tipo de "efeito sanfona" nas Bolsas de Valores, experimentado pela imprensa financeira antes e depois de crises como a de 1720 ou a de 1929, continua ocorrendo até hoje. Em períodos de *boom* e crises, como o de 1987 ou mais recente o da "bolha tecnológica", a mídia econômica experimentou uma empatia muito intensa com os mercados, o que gerou muitos problemas para eles. Visto de uma perspectiva histórica, esse "efeito sanfona" os levou a agir com excessivo otimismo e condescendência em relação aos agentes

econômicos do momento nas fases de bonança (com uma certa atitude de *cheerleaders* [líderes de torcida]) e a sofrer uma certa desorientação e perda de identidade nas fases de crise e depressão. Acho que não me engano se afirmo que em torno da recente crise do mercado de ações das empresas *pontocom*, essa experiência já foi vivida especialmente pela mídia de mais recente incorporação a este mercado – audiovisual e novas mídias –, talvez porque a imprensa tem aprendido pouco a pouco as lições de sua história (ARRESE, 2010, p. 19, tradução nossa).

A literatura específica sobre jornalismo econômico se ocupa, invariavelmente, em remontar os antecedentes históricos dele pelo mundo. Muito embora não haja um consenso firmado com precisão sobre os primórdios da informação econômica, os autores internacionais apresentam versões e relatos que quando confrontados sugerem, ao menos, a complementaridade dos principais marcos históricos. Assim, as origens da informação econômica apontam para o começo de um encontro, mais tarde celebrado entre o jornalismo e a economia, datado do século XV, antes mesmo que o sistema de impressão em massa fosse inventado por Gutenberg, em 1439.

As trocas comerciais de então foram beneficiadas com a criação de canais sistemáticos de comunicação, que foram uma consequência direta deste produto típico da burguesia mercantil que é a imprensa, conforme assinala o apanhado histórico realizado por Coca García & Díezhandino Nieto (1991). A “Augsburg Függer Company, com sede na Alemanha”, tornou-se um poderoso “império econômico” de sua época porque estabeleceu “serviços informativos organizados com correspondentes nos principais centros de interesse da Europa” (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 43-9, tradução nossa). Em resumo, ela abarcou o mercado da informação que não era originalmente o seu mercado de atuação¹³.

No século XVI, avançam os autores (WEILL citado por COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 43, tradução nossa), o agente de uma companhia inglesa chamado Thomas Gresham “se tornou o consultor econômico mais bem-informado de seu tempo e é considerado um dos elos principais para levar o Império Britânico a uma posição privilegiada” nos anos 1500. Gresham sabia da importância da informação para alcançar o desenvolvimento econômico e conseguiu ter a sua disposição “um verdadeiro exército de informantes e espões” em localidades

¹³ Para além do poderio econômico alcançado pela família Függer, na Alemanha, devido às redes de informações privadas, Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 47) também remetem aos exemplos posteriores das famílias Rothschild, na Inglaterra, e Rockefeller, nos Estados Unidos.

estratégicas das menos suspeitas (WEILL citado por COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 43, tradução nossa).

Presentes no marco temporal da imprensa econômica, ainda no século XVI e se prolongando até o século XVII, estão duas pequenas publicações que informavam o preço dos produtos em lista, de acordo com a descrição de Coca García & Díezhandino Nieto (1991), e que eram destinadas a abastecer as transações comerciais e cujas grandes cidades, especialmente aquelas com portos marítimos, funcionavam como seus centros de distribuição. Foram elas os chamados “*avissi* na península italiana” e “*price current* na Inglaterra” (WEILL citado por COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 43-4, tradução nossa).

O século XVIII experimenta uma transição nesta imprensa de publicações especializadas com o surgimento do periódico “francês *Le Journal Economique*, um dos primeiros marcos em informações econômicas”, e, enfatizam Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 44, tradução nossa), com “o nascimento dos *advertisers* ingleses”. A síntese empreendida por Ríó Cabrerizo (2016) não é tão destoante dessa exposição, em que pese começar cerca de um século mais tarde.

Historicamente, a informação econômica teve uma presença especial na mídia. São geralmente consideradas como precedentes desse tipo de informação as folhas soltas – chamadas “*Price-Currents*” [Correntes de Preços] – que, nos séculos XVI e XVII, se distribuíam nas cidades portuárias do Reino Unido e da Holanda para relatar mudanças nos preços de certas mercadorias, bem como nas tarifas portuárias. *El Precio Corriente* mais antigo foi publicado – já impresso – com os preços escritos à mão em Amsterdã, em 1585. O primeiro totalmente impresso é datado em Amsterdã em 1609 e contém uma lista de mais de 200 produtos cujo nome acompanha o preço, origem e local de venda (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 120-1, tradução nossa).

Por outro lado, Arrese (2010) resume assim os eventos históricos que originaram a imprensa econômica. Ele descarta o senso habitual de atribuir às folhas de *price currents* [correntes de preços] e *shipping lists* [listas de remessas], presentes nos séculos XVI e XVII, como sendo a origem da imprensa econômica. Mais do que isso, o autor aponta as primeiras décadas do século XVIII para que, então, a imprensa exibisse os primeiros sinais de seu relacionamento íntimo com os mercados financeiros. Ele cita “um dos primeiros exemplos desse fenômeno”, que foi precisamente “o impacto dos panfletos e as notícias publicadas em torno das bolhas

de ações da Companhia dos Mares do Sul (na Grã-Bretanha) e da Companhia do Mississippi (na França)” (ARRESE, 2010, p. 18, tradução nossa).

Em sua busca pelas origens da imprensa econômica, Ángel Arrese remonta à figura de Daniel Defoe, a quem é comum atribuir o título de “pioneiro do jornalismo econômico, justamente por seu envolvimento no incentivo, primeiro, e na denúncia pública, depois, através das publicações da época, da especulação” (ARRESE, 2010, p. 18, tradução nossa). Tal movimento especulativo de ações envolvia as referidas companhias britânica e francesa, além de outras é claro, e teve seu ápice com o *crash* de 1720 naquele mercado.

De fato, o colapso de 1720 foi precedido pelo florescimento de publicações e fichas financeiras em praças como Londres, Paris e Amsterdã, em consonância com o rápido desenvolvimento experimentado pelos mercados desde o final do século XVII. Algo que aconteceria novamente nos anos 80 do século XIX, quando houve novamente um *boom* financeiro sem precedentes, desta vez graças ao desenvolvimento de setores como mineração, ferrovias e, geralmente, como consequência de novos grandes projetos de expansão colonial (ARRESE, 2010, p. 18, tradução nossa).

Sua reconstituição histórica das publicações periódicas destinadas aos temas econômicos (ARRESE, 2002) é ambientada nas principais economias ocidentais – fundamentalmente os países europeus, os Estados Unidos e o Japão, mas também alguns países da América Latina, dentre eles o Brasil. Assim, ele vai desde os primórdios, a partir da terceira década do século XIX, até sua fase mais contemporânea, nos primeiros anos do século XXI. As características desses diferentes tipos de publicações são o que fazem com que Ángel Arrese possa estabelecer, justamente, um marco distintivo entre elas. Desse modo, ele delinea o que deve ser interpretado como a chamada imprensa econômica, relacionada diretamente aos veículos jornalísticos de informação econômica.

A natureza das publicações precursoras da revista acadêmica, como a conhecemos hoje, não é uniforme. Por um lado, seria necessário considerar as primeiras revistas nascidas sob a proteção do desenvolvimento da informação estatística e sua aplicação econômica. Apenas a título de exemplo, publicações como a *Annali Universali di Statistica* (1824) e o *Giornali di Statistica* (1836) na Itália, o *Journal of the Royal Statistical Society* (1837) na Grã-Bretanha, e *Bijdragen tot de Sttathuishoudkunde en Statistiek* (1836) e *Tijdschrift voor Sttathuishoudkunde en Statistiek* (1843), ambos na

Holanda. Por outro lado, embora com uma orientação menos teórica e abstrata do que a das obras dos economistas clássicos ingleses, aparecem na Alemanha publicações como o *Archiv der Politischen Oekonomie und Polizzewissenschaft*, fundado por Karl Heini Rau em 1835, e o *Zeitschrift für die Gesamte Staastwissenschaft*, promovido em 1844 por Robert von Mohl da Faculdade de Economia Pública da Universidade de Tübingen. Finalmente, na representação de um terceiro tipo de publicação, em 1841, nasceu o mensal *Journal des Économistes* na França, que, sob a liderança de Guillaumin, se tornaria um dos pilares do liberalismo econômico francês, representado do ponto de vista doutrinário das ideias de J.-B. Say e M. Chevalier, entre outros. A meio caminho entre uma revista especializada em economia, uma publicação doutrinária voltada para a ação política e uma revista atual com abundante informação estatística, o *Journal* era um híbrido que tinha imitadores em outros países europeus, como foi o caso de *El Economista* (1856) na Espanha e *Giornale degli Economist* (1857) na Itália. No mesmo grupo de publicações, podemos considerar o caso do britânico *The Economist*, ao qual também nos referimos, juntamente com o *Journal des Économistes*, como os primeiros exemplos de revistas econômicas do ponto de vista jornalístico. De fato, esse modelo de revista, entre uma publicação acadêmica, um órgão doutrinário e um veículo jornalístico, prevalecerá em boa parte do século XIX, até que se consolide a clara separação entre imprensa econômica, por um lado, e publicações acadêmicas, por outro. As condições para que essa separação fosse mais clara viriam alguns anos depois, quando nos aproximamos do final do século (ARRESE, 2002, p. 59-60, tradução nossa).

Por ser a origem dos principais títulos da imprensa de informação econômica, um país se destaca neste cenário. A apuração dos autores (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 45, tradução nossa) demonstra que “a *City*”, como é conhecido o centro financeiro de Londres, logo no início do século XIX (1815), passa a ser “o principal centro financeiro da Europa, substituindo Amsterdã, que sofreu a ocupação francesa”. Por isso Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 45, tradução nossa) explicam que, enquanto a Inglaterra financiava “ferrovias na América, África e Índia, minas de ouro e diamante na África do Sul e agricultura na América do Sul”, surgiu “a necessidade de publicidade por parte dos promotores”.

Não é por acaso que o nascimento do jornalismo financeiro deve estar localizado na Inglaterra. O forte crescimento da riqueza no início do século passado naquele país foi um verdadeiro impulsionador da demanda por informações financeiras. A conquista da Índia e a segunda fase da revolução industrial, que já havia sido mostrada na Inglaterra na segunda metade do século XVIII, levaram ao aparecimento de investidores que procuravam um destino vantajoso para suas economias. Para atender à demanda por informações produzidas, apareceu um novo tipo de jornalismo,

definido como bem-educado, de boas maneiras, feito por pessoas com experiência em atividades bancárias ou comerciais, capazes, por causa de sua posição, de conversar com industriais e financiadores como iguais no nível social (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 45, tradução nossa).

Foi justamente a combinação dessas duas demandas, informação especializada e espaço publicitário para os anúncios financeiros, o que proporcionou o desenvolvimento das páginas de finanças. Em especial porque este tipo de anúncio custava “mais caro do que os anúncios gerais”. Assim, Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 45, tradução nossa) confirmam que se tratava de “um jornalismo com certo grau de independência que, ao contrário do que aconteceu em outros países, poderia muito bem ter ajudado os poupadores da era vitoriana a não cometer os graves erros dos franceses”.

Para além desses fatos, a literatura específica internacional sobre jornalismo econômico revela características próprias de seu surgimento na Inglaterra que, ulteriormente, também poderão ser observadas em similaridade quanto a sua origem em outras nações. Uma característica-chave da gênese da imprensa de informação econômica é atentar para o fato de que ela nasce debaixo do termo imprensa financeira porque seus assuntos veiculados dizem respeito basicamente ao movimento de ações, mercados monetário e de capitais e os altos e baixos das fortunas bancárias. Porém, apesar de tal prevalência, outros temas foram surgindo e ampliando a cobertura especializada feita pela imprensa financeira de então: “crises econômicas dos países com investimentos britânicos, eventos econômicos relacionados ao sucesso ou fracasso dos negócios, comentários políticos e, muitas vezes, campanhas em favor de certas decisões fiscais, monetárias ou comerciais” (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 46, tradução nossa).

Delimitado pela estreia dos ainda hoje mais renomados e influentes veículos da imprensa econômica mundial, o século XIX presencia a expansão de seu marco geográfico e vê nascer os primeiros periódicos financeiros propriamente ditos. São eles a “revista *The Economist*¹⁴, fundada em 1843 por James Wilson”, os jornais

¹⁴ Em Arrese (1995, p. 37, tradução nossa), os dados históricos quanto à fundação da revista semanal inglesa são corroborados e aprofundados: “Assim, o *The Economist* nasceu com James Wilson como único proprietário, uma vez que nem Lord Radnor nem o apoio financeiro que ele receberia em breve de seus amigos eram uma tentativa de conseguir uma participação na propriedade da nova publicação. Esse fato foi importante não apenas do ponto de vista da independência editorial, mas também da perspectiva dos negócios. O lançamento do semanário era

diários “*Financial News* (em 1884)”, e “*Financial Times*”¹⁵ (14 de fevereiro de 1888), nascido como rival ao anterior, com quem se fundiu em 1945”, três veículos ingleses, e, na esteira da “Guerra Civil Americana” (Guerra de Secessão), o veículo estadunidense “diário de quatro páginas” que, em “8 de julho de 1889”, recebe o nome de “*The Wall Street Journal*”¹⁶ (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 44-9, tradução nossa; MARTINS, 2007, p. 46-8; ARRESE & VARA MIGUEL, 2011, p. 19-25, tradução nossa).

Na avaliação de Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 49, tradução nossa), os anos 1800 assistiram “o desenvolvimento definitivo de informações econômicas, que se tornaram, desde que a imprensa de elite surgiu, informações importantes para a classe dominante”. Quando de seu nascimento, esse tipo de jornalismo especializado era chamado de jornalismo financeiro em ambos os países, Inglaterra e Estados Unidos. No entanto, seu desenvolvimento em cada uma dessas praças de atuação gerou para tal campo específico de cobertura dois modelos distintos de informação econômica.

A saber, a escola britânica de jornalismo financeiro e a escola norte-americana (estadunidense) de jornalismo financeiro. Na primeira, dos jornalistas de economia se esperava que fossem mais do que apenas informantes do mercado, ressaltam Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 49, tradução nossa), cabendo-lhes inclusive as tarefas de “explicar, comentar, prever e aconselhar” ao/para o seu público-lector. Assim, junto aos “jornalistas financeiros com confiabilidade comprovada”, a utilização do recurso jornalístico “*off the record* sempre foi comum” na imprensa britânica e, como consequência, tornou mais difícil identificar “onde está

para Wilson o seu novo negócio que, é claro, ele desejava e necessitava obter a máxima rentabilidade”.

¹⁵ Em 23 de julho de 2015, foi anunciada a compra do jornal inglês *Financial Times*, por cerca de R\$ 4,22 bilhões, pelo jornal de negócios e economia japonês *Nikkei* (uma abreviatura para *Nihon Keizai Shinbun*), que foi fundado em 1876. O *Nikkei* tem três edições impressas por dia e é considerado “o maior jornal de economia do mundo” (RÍO CABRERIZO, 1999, tradução nossa), pois sua tiragem, que caiu muito nos últimos anos, ainda ultrapassa os três milhões de exemplares ficando à frente do *The Wall Street Journal* em mais de 600 mil exemplares ao dia. Ver também JORNAL japonês *Nikkei* compra inglês *Financial Times* por £ 844 milhões. Redação, Negócios, **Forbes**, 23 jul. 2015. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2015/07/jornal-japones-nikkei-compra-ingles-financial-times-por-844-mil/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

¹⁶ Três jornalistas, Charles Henry Dow, Edward Davis Jones e Charles Milford Bergstresser fundam, em 1882, a agência de notícias Dow Jones and Company para concorrer com outra agência de notícias financeiras da época, a Kiernan News. Primeiramente chamado de *Customer's Afternoon Letter*, os boletins da Dow Jones and Company transformaram-se no *The Wall Street Journal*. Antes disso, contudo, as próprias agências de notícias Havas (Paris, 1835) e Reuters (Londres, 1851) são criadas em torno de “relatórios financeiros” ou “fundamentadas em informações econômicas”. Ver Coca García e Díezhandino Nieto (1991, p. 47-8).

a opinião do informador”, o jornalista, “e onde está a opinião do informante”, a fonte (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 49, tradução nossa).

Por sua vez, no modelo proveniente da escola norte-americana “não há informações econômicas que não sejam acompanhadas de sua fonte correspondente”, atestam Coca García & Díezhandino Nieto (1991, p. 49, tradução nossa), em que pese nesta prática a prevalência da “fonte institucional” sobre os demais tipos de fontes.

Ao adentrar o século XX, as escolas de informação econômica britânica e estadunidense resguardam entre si outra distinção que, somada as anteriormente citadas, deixa clara a total influência do modelo vindo dos Estados Unidos sobre a imprensa econômica que vai se desenvolver no Brasil.

Enquanto nos Estados Unidos é comum que economistas teóricos escrevam em revistas e jornais, não é na Grã-Bretanha, onde jornalistas escrevem sobre economia. Os economistas teóricos limitaram-se a tomar como fonte de sua disciplina os escritos dos mais destacados jornalistas financeiros. O caso de Keynes é incomum. Após a Primeira Guerra Mundial, a economia mundial foi influenciada pelas doutrinas emanadas da Universidade de Cambridge e elaborada por Lord Keynes, grande promotor de suas teorias. Entre 1922 e 1923, ele cuidou da famosa série de artigos sobre o financiamento da reconstrução da Europa no Manchester Guardian (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 49, tradução nossa).

No contexto espanhol, Ríó Cabrerizo (1999, p. 19-33; 2016, p. 120-5) também elabora um panorama histórico sobre o jornalismo de economia daquele país. É justamente neste ponto que reside uma de suas maiores contribuições. Pois, os interessados no jornalismo econômico encontram em Ríó Cabrerizo (1999; 2016) a ajuda necessária para distinguir/compreender a terminologia mais adequada à cada época. Tal entendimento é crucial para o decorrer da presente pesquisa porque se trata, claramente, de uma diferenciação entre o termo informação econômica, aquela que outrora serviu como um antecedente histórico do jornalismo econômico e é muito mais ampla, e o moderno termo jornalismo econômico especializado, aquele que resguarda a informação econômica e se configura como uma manifestação jornalística contemporânea. Conforme o período em questão, ela aplica a distinção de termos e relata um pouco da realidade da Espanha:

Em nosso país, como no resto da Europa e América, os jornais econômicos mais relevantes também apareceram no século XIX, os quais acompanhavam em suas seções tradicionais as cotações da bolsa de valores e o mercado de câmbio, embora já seja no século XX, exatamente em 1901, quando nasce o primeiro jornal econômico especializado moderno: *El Financiero*. No entanto, vale ressaltar a aparição, no século XIX, do primeiro jornal econômico espanhol editado em Barcelona em 1887, com o título de *Diario Mercantil y Económico de Cataluña*. Posteriormente seguido por *El Diario Mercantil y Económico de Palma*, *El Correo Político y Mercantil de Sevilla*, *El Diario Mercantil de Cádiz* e *La Gaceta Extraordinaria del Comercio de Cádiz*. Vale ressaltar, também, a importância do nascimento de revistas especializadas, como *El Economista* e *Revista Económica y Financiera*.

No século 20, a imprensa econômica explodiu como um grande negócio e como um autêntico quarto poder. Na Espanha, o Plano de Estabilização de 1959 dá o ponto de partida para a informação econômica moderna. O público começa a exigir esse tipo de informação repetidamente, embora a censura de Franco a tenha passado por uma peneira que muitas vezes não se sabia se era econômica, social ou trabalhista. A crise energética de 1973, que iniciou uma grande recessão econômica, torna a expandir novamente as publicações econômicas a pedido do público em geral – incluindo a mídia audiovisual – desse tipo de informação, que lança as bases da abundante e especializada informação econômica contemporânea (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 124, tradução nossa).

Arrese (1995; 2002; 2010) é outro autor que defende a importância de perceber e distinguir entre aquilo que no passado, século XVIII para trás, são as bases históricas que dão contorno a uma imprensa econômica (dedicada principalmente à informação financeira, mas também um pouco à informação relativa ao comércio); aquilo que, quase no meio do século XIX, sofre alterações; e, finalmente já no século XX, aquilo que é a culminância desse processo com o surgimento do moderno jornalismo especializado em economia, tal qual se conhece desde o pós-Crise de 1929, e o florescimento exponencial dele, pós-Primeiro Choque do Petróleo, em 1973. Na visão dele, que é totalmente compartilhada pela compreensão da presente pesquisa, este moderno jornalismo econômico é muito mais abrangente e contém dentro de si, enquanto atividade jornalística de cobertura especializada, os âmbitos financeiro, de negócios e econômico. Isso é, inclusive, o que delimita algumas das particularidades do jornalismo econômico especializado frente a uma imprensa que outrora era essencialmente financeira e, às vezes, comercial.

Ao contexto das nações com uma história da imprensa econômica, Martins (2007), em seu livro “30 Anos de jornalismo econômico em Portugal (1974-2004)”¹⁷, agrega outros três países, que são França, Dinamarca e o do título. Além disso, conforme outros autores referenciais para a presente dissertação, ela também remete aos exemplos estadunidense e brasileiro.

Christiana Martins (2007, p. 49) confirma que na França, onde “o *Journal Économique* (1751-72) terá sido o primeiro inteiramente dedicado aos debates econômicos”, as características contemporâneas do “jornalismo econômico” só foram aparecer “após a Segunda Guerra Mundial”. A autora complementa que “o ambiente social” francês “era desfavorável aos jornalistas que se especializavam em questões associadas ao universo da economia e dos negócios” (MARTINS, 2007, p. 49).

Alguns marcos históricos do jornalismo de economia francês, segundo Riutort citado por Martins (2007, p. 49), ocorrem propriamente na segunda metade do século XX (1953), quando foi lançada “a primeira revista econômica” chamada “*Enterprise*”, em 1955, pelo início do “serviço econômico do *Le Monde*”, em 1957, devido à fundação da “AJEF, Associação de Jornalistas Econômicos e Financeiros”, e, em 1967, pelo surgimento da “revista *L’Expansion*”. No entanto, indo ao encontro do que dizem Coca García & Díezhandino Nieto (1991), nenhum desses eventos foi capaz de tirar da “França” o seguinte sentido deste tipo de jornalismo especializado: “a economia tornou-se uma questão política” (RIUTORT citado por MARTINS, 2007, p. 49).

Outro país que também demorou a desenvolver seu jornalismo econômico especializado foi a Dinamarca. Sobretudo porque lá “a economia continuava a constituir um tema marginal do jornalismo” (KJAER & LANGER citados por MARTINS, 2007, p. 49). Foram quase dois séculos para que houvesse a evolução “da listagem das chegadas e partidas dos navios”, publicadas no início dos anos 1700, até que, “em 1896, o surgimento do *Borsen* (cuja tradução pode ser Bolsa de Valores) altera este panorama”, complementam os autores Kjaer & Langer citados por Martins (2007, p. 49).

Tratava-se de um periódico “dedicado aos temas associados ao mercado de capitais dinamarquês” – ou seja, como nos exemplos vistos de outros países, é o

¹⁷ Para esta referência não houve tradução, mas sim a reprodução de trechos conforme a Língua Portuguesa falada em Portugal.

início de uma imprensa muito mais financeira do que econômica –, elucidam Kjaer & Langer citados por Martins (2007, p. 49), e que era um jornal custeado “pela Câmara de Comércio” da capital. Ali, as mudanças na imprensa econômica continuam sendo espaçadas com, por exemplo, em 1920, “a maior parte dos jornais” generalistas, passando a ter “páginas com notícias comerciais” e “economistas licenciados” escrevendo “de forma regular na imprensa”; no pós-1945, o noticiário econômico tornando-se “parte integrante e estável das páginas dos jornais dinamarqueses” e, a partir dos anos 1970, seguindo a tendência mundial do jornalismo econômico (KJAER & LANGER citados por MARTINS, 2007, p. 49-50). Daí em diante, os autores destacam as características de mais este mercado nacional de jornalismo especializado em economia:

Desde 1980 que esta área é considerada na Dinamarca como uma das que maior crescimento tem registrado. O lançamento de suplementos semanais dos jornais generalistas e o estabelecimento de secções diárias dedicadas à economia são a evidência desta alteração. [...] na base desta afirmação do jornalismo económico estiveram factores como o advento de uma juventude com maiores habilitações académicas e especialmente orientada para a leitura da temática destas áreas, o aumento da competição entre os media, sobretudo entre a imprensa e a televisão, e o facto de as notícias sobre economia serem vistas como “uma forma de apanhar dinheiro da publicidade”. Foi o momento do surgimento dos primeiros títulos especializados. Os anos 90 foram marcados pelo relançamento das secções de economia dos jornais generalistas de âmbito nacional, reorganizando a cobertura noticiosa da área dedicada aos negócios, que mereceram especial destaque devido aos vários escândalos que ocorreram internacionalmente no mercado de capitais. Este desenvolvimento foi acompanhado [...] pela profissionalização dos jornalistas e, em paralelo, pelo surgimento e a institucionalização das agências de comunicação e de relações públicas (KJAER & LANGER citados por MARTINS, 2007, p. 50).

Em Portugal, explica Martins (2007, p. 76) devido a sua pesquisa, “o título *O Economista*, que terá surgido em Lisboa, em 1881, e desaparecido em 1895”, é a “primeira referência de uma publicação periódica ligada ao universo económico”. De acordo com ela, Portugal só vai conseguir ter um “incipiente início de jornalismo económico” especializado depois que o país faz sua adesão à Comunidade Económica Europeia (MARTINS, 2007, p. 54-7).

Um processo cujo começo se dá após a “Revolução de 25 de Abril” de 1974 que, entre outras coisas, mantém a “Bolsa de Valores” fechada dessa data até

“1976, quando foi reaberta, mas apenas para a negociação de obrigações, que foram emitidas como dívida do Estado”, e para que somente ao final de 1977 as “transações de ações” sejam retomadas em Portugal com a reabertura de seu mercado (MARTINS, 2007). “O pedido para a abertura de negociações com vista à adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia” é realizado “em 28 de Março de 1977”, mas o efetivo ingresso dos portugueses na CEE só acontece “em 12 de Junho de 1985”, descreve Martins (2007, p. 55).

O que traz como consequência direta para o jornalismo português especializado em economia o ano-chave de 1986. Pois é a partir de então que ele estará imerso numa dinâmica de estruturação e florescimento. Estudiosa tanto das seções econômicas dos jornais generalistas quanto dos veículos especializados em jornalismo econômico de seu país, Christiana Martins (2007, p. 77) resume assim a expansão da área – que ainda conta com o “*Além Tejo Económico*” (1999), um “jornal regional de informação econômica”. No tocante às datas de estreia das publicações especializadas em economia são vistos:

[...] *Tempo Económico* (1974); *Jornal de Economia* (1979); *Confidencial Negócios* (1986); *Infobolsa* (1986); *Euroexpansão* (1986); *Semanário Económico* (1987); *Fortunas & Negócios* (1988); *Exame* (1989); *Diário Económico* (1989); *Europress* (1989); *Valor* (1991); *Expansão* (1992); *Fortuna* (1992); *Exame Executive Digest* (1994); *Jornal de Negócios* (1997); *Exame Marketing* (1997); *Economia Pura* (1998); *Você S.A.* (2001); *Revista de Economia* (s.d.) (MARTINS, 2007, p. 77).

A literatura específica sobre jornalismo econômico ensina que estão no rol das “marcas globais” (ARRESE, 2002, p. 279-85, tradução nossa), além da revista inglesa *The Economist* e dos dois jornais mencionados anteriormente que são referências mundiais, outras três publicações originárias dos Estados Unidos. São as revistas *Business Week*¹⁸ (1929), *Fortune*¹⁹ (1930) e *Forbes* (1917) que, em comum,

¹⁸ Sobre esta revista, Ruiz & Vara Miguel (2010, p. 222, tradução nossa) recuperam seu início e afirmação no mercado: “Autores como Wayne Parsons apontaram como a *Business Week* e outras publicações ajudaram a melhorar a compreensão de como funcionam os negócios e a atividade macroeconômica. No entanto, longe de anunciar os perigos do cataclismo iminente que ocorreu no outono de 1929, a maioria dos meios de comunicação – incluindo a *Business Week* – transmitiu um sentimento ‘otimista com uma visão geral de que uma ligeira recessão estava prestes a ocorrer’”. Vendida pela editora McGraw-Hill à Bloomberg Limited Partnership, em outubro de 2009, a partir de 2010 a revista é rebatizada como *Bloomberg BusinessWeek*. Ver BLOOMBERG compra a “BusinessWeek”. Notícias, Geral, **O Estado de S. Paulo**, Nova York, 14 out. 2009. Disponível em: <https://www.estado.com.br/noticias/geral/bloomberg-compra-a-businessweek,450245>. Acesso em: 15 jun. 2020.

possuem o fato de serem voltadas para o chamado homem de negócios. A influência desses títulos para o jornalismo econômico especializado, em sua subdivisão que é o jornalismo de negócios, é ressaltada por Arrese (2002, p. 281, tradução nossa): “eles constituíam uma espécie de quarteto semelhante à dupla que formou o *Wall Street Journal* e o *Financial Times* no campo da imprensa diária” porque, já nos anos 1990, “havia outros títulos relevantes no cenário internacional, mas nenhum com o peso dos mencionados”. A partir da segunda metade da década de 90, em formato impresso e eletrônico via *sites*, a concorrência entre esses veículos jornalísticos ultrapassa as fronteiras do seu mercado nacional.

As três revistas estadunidenses, apesar de suas diferenças editoriais e comerciais, disputavam ser “a” revista global de negócios. Sua luta pelo domínio dos principais mercados estrangeiros se assemelhava cada vez mais àquela que mantinham nos Estados Unidos desde a década de 1960. Embora o título de McGraw-Hill tenha excedido em vendas e audiência o da Time Inc. na Europa, e este último tenha alcançado uma presença especial na América Latina, ambos estavam disputando a liderança no mercado asiático, onde também haviam dirigido grande parte de sua estratégia internacional Forbes. As três, de qualquer forma, confiavam cada vez mais no crescimento internacional de suas marcas (ARRESE, 2002, p. 281, tradução nossa).

Não estando alheio à influência e ao sucesso dessas revistas nascidas nos Estados Unidos, os anos 1950 e em especial os anos 1960 – ou seja, antes mesmo do súbito aumento mundial por informações econômicas – foram decisivos, de acordo com Arrese (2002, p. 132-5, tradução nossa), para que a vertente do jornalismo de negócios se consolidasse no mercado editorial de vários países. O que só aconteceu graças à ampla extensão da revista de negócios e o consecutivo lançamento de revistas jornalísticas especializadas também voltadas a esse público. Porque é nesta época que surge para o dito homem de negócios seu duplo protagonismo na mídia: por um lado como destinatário de informações e, por outro,

¹⁹ Inicialmente, a revista *Fortune* pertencia à Time Inc, braço editorial do Grupo Time – este, em 1990, depois de uma fusão torna-se Time-Warner e, em 2018, após venda para a AT&T torna-se Warner Media. Detentora da revista *Fortune*, a Time Inc é vendida para a Meredith Corporation, em janeiro de 2018, e passa a operar com este nome até que, em novembro de 2018, a empresa vende a revista *Fortune*, “por US\$ 150 milhões” para o bilionário “tailandês Chatchaval Jiaravanon, dono do conglomerado Charoen Pokphand Group”. Ver ARBEX, Pedro. Revista 'Fortune' é vendida para bilionário tailandês. Negócios, **Brazil Journal**, 9 nov. 2018. Disponível em: <https://braziljournal.com/revista-fortune-e-vendida-para-bilionario-tailandes>. Acesso em: 15 jun. 2020.

como gerador de notícias e informações de interesse público. Ao que ele comenta (CHANDLER citado por ARRESE, 2002, p. 133, tradução nossa) ter se tratado de um reflexo do “triunfo definitivo, em praticamente todos os setores de atividade das economias desenvolvidas, da grande empresa moderna e do ‘capitalismo gerencial’”. O registro desses novos títulos jornalísticos especializados em economia inclui o contexto brasileiro:

Em outros mercados, a década dos anos sessenta deu origem a títulos que se destacariam pelo resto do século na categoria de revistas de negócios. Alguns exemplos foram: *Business & Finance* (1964) na Irlanda, *Veckans Affärer* (1965) na Suécia, *Exame* (1966) no Brasil e *Mercado* (1970) na Argentina, *Trend* (1969) na Áustria, *FEM/De Week* (1970) na Holanda e *Kapital* (1971) na Noruega (ARRESE, 2002, p. 133, tradução nossa).

Ao empreender uma trajetória histórica pelo mundo, em “*Prensa económica – De la Lloyd’s list al wsj.com*”, Ángel Arrese (2002) vai do começo da imprensa econômica até o chamado jornalismo econômico especializado. Por esta razão ele consegue sinalizar que, em meio aos eventos históricos dessa área, a “especialização no mercado de revistas foi paralela ao desenvolvimento das principais publicações de informação geral” (ARRESE, 2002, p. 135, tradução nossa). Mais do que isso, Arrese & Vara Miguel (2011) sintetizam a combinação de fatores que, em âmbito mundial, levou ao intenso desenvolvimento da imprensa especializada na cobertura econômica:

Esse panorama começaria a mudar com o final dos felizes anos sessenta. Durante a década seguinte, a economia assumiria o primeiro plano da atualidade, tanto na mídia generalista quanto na especializada. A ruptura da ordem econômica internacional estabelecida em Bretton Woods, a crise do petróleo de 1973 e o debate entre keynesianos e monetaristas, em um ambiente de altas taxas de inflação, com elevados níveis de desemprego e crescimento econômico reduzido, dariam um impulso definitivo ao interesse do público nesses assuntos (ARRESE & VARA MIGUEL, 2011, p. 25, tradução nossa).

É por ocasião desses fatos que Arrese (2002) faz explicações sobre o “boom da economia” na vida da maioria das pessoas, a partir dos efeitos sentidos após o Primeiro Choque do Petróleo em 1973 e, por conseguinte, a proliferação de vários novos títulos “da imprensa econômica”, em função da demanda criada no início dos

anos 1970. Desde então, a centralidade e a relevância da cobertura jornalística especializada em economia não apenas não arrefeceram como, na verdade, crescem cada vez mais. Sobre o desenvolvimento do jornalismo econômico em diferentes países ele traz a situação dos novos mercados surgidos:

Da mesma forma que nos anos 70, o aparecimento de novos jornais continuou em muitos outros países que não possuíam um jornal econômico consolidado e, como nos anos 80, onde havia uma publicação, surgiu um concorrente ou, pelo menos, algum especialista, especialmente em informação financeira. Como exemplo, podemos citar aqui casos como os de *Dünya* (1980) na Turquia, *Globes* (1983) em Israel, o *Financial Post* – convertido em jornal em 1988 – no Canadá, *El Financiero* (1981) e *El Economista* (1988) no México, *El Observador Económico* (1991) no Uruguai, *Kerdos* (1986) na Grécia, *Wirtschaftsblatt* (1989) na Áustria, *Al-Alam al-Youm* (1991) no Egito, ou os financeiros nórdicos *Finans Tidnigen* (Suécia, 1989) e *Finansavisen* (Noruega, 1992) (ARRESE, 2002, p. 210, tradução nossa)²⁰.

Como prova da consolidação de um mercado editorial próprio para o jornalismo econômico, ele prossegue mencionando os mais significativos títulos de revistas especializadas criadas ou reposicionadas em países europeus.

A evolução das revistas de negócios e economia em outros mercados dependia do seu variável grau de maturidade. De qualquer forma, em termos gerais, pode-se afirmar que nos mercados desenvolvidos o comportamento do setor não foi muito diferente do analisado nos principais países europeus. A grande novidade foi, sem dúvida, o crescimento da segmentação mensal e contínua para abordar áreas de interesse específicas – finanças pessoais, gestão de negócios e estilo de vida –, bem como o relançamento ou reorientação de muitos títulos no início dos anos noventa. Uma rápida olhada em alguns outros países europeus reforça essas ideias. Com enfoque em alguns títulos relevantes, destacam-se: em Portugal, *Vida Económica* (1983), *Semanario Economico* (1987) e *Exame* (1989); na Suíça, *Bilan* em francês (1989), *PME Magazine* (1989), *Cash* (1989) – um grande sucesso que seria exportado para países do Leste – e *Ticino Management* no início dos anos 1990; na Áustria, *Cash Flow* (1985) e o relançamento de *Profil* (1992); na Bélgica, a aparição do suplemento *Style*, da *Trends*, em 1991, além de uma tentativa fracassada de lançar a *Fortune* na língua flamenga; na Dinamarca, o nascimento de *Borsen Nyhedsmagazin* (1985) e o aparecimento de *Penge og Privatkonomi*; na Finlândia, o nascimento de *Fakta* (1981) e a conversão em quinzenal de *Kauppa-lehti Optio* (1991); finalmente, na Holanda, ocorreu o

²⁰ Entre outros novos mercados abertos, durante os anos 1980 e 1990, para as publicações de jornalismo econômico especializado, Arrese (2002) cita ainda alguns títulos da China, Estônia, Índia, República Tcheca e Rússia.

lançamento de *Rendement* (1991) (ARRESE, 2002, p. 234, tradução nossa).

Todos esses exemplos de novos mercados para o moderno jornalismo econômico especializado são posteriores aos anos 1970. Isto porque é num longo período de quase cinco décadas (1929-1973), e no contexto dos países ocidentais mais economicamente desenvolvidos com processos de industrialização, que o jornalismo e a economia seguiram seu encontro e deram origem à verdadeira profissionalização/especialização do moderno jornalismo econômico. O que acontece por volta da metade desses 44 anos, justamente, com a imprensa dedicada à cobertura econômica debaixo da influência majoritária do keynesianismo (maior participação do Estado intervindo na economia). Ao enumerar os fatos históricos que levaram o ideário de John Maynard Keynes ao papel central, diante das ideias econômicas liberais de Adam Smith já então consagradas via imprensa, Arrese (2002) enfatiza uma interpretação não isolada dos eventos:

Os acontecimentos políticos e econômicos que ocorreram no primeiro terço do século XX, com a Grande Guerra, a Revolução Bolchevique e a Crise de Wall Street como eventos estelares, tiveram sua continuação na Grande Depressão dos anos 1930, que afetou em maior ou menor grau as principais economias ocidentais. Em conjunto, todos esses eventos trouxeram à vanguarda do interesse público e acadêmico a questão da intervenção do Estado na evolução econômica das nações, seja em suas versões democráticas ou totalitárias. Foi a resposta para o fracasso do *free trade* e do *laissez-faire*, para muitos as ideias responsáveis pelos males experimentados nas primeiras décadas do século.

A "mão invisível" de Adam Smith deveria coexistir com as "mãos visíveis" do Estado keynesiano e das grandes corporações. Primeiro, a coexistência seria teórica com a publicação da Teoria Geral keynesiana em 1936; depois, após a Segunda Guerra Mundial, haveria uma convivência prática, tanto na Europa como nos Estados Unidos, neste último caso com uma década de atraso. Nos novos Estados de Bem-estar Social, "a economia", especialmente a política econômica, se tornará pela primeira vez uma questão de interesse político e jornalístico inquestionável. Isso se refletirá nos principais meios de comunicação, que reservarão cada vez mais espaço e tempo para temas como desemprego, inflação, crescimento e desenvolvimento econômico, além de informações tradicionais sobre negócios e finanças. Além disso, a grande empresa emergirá como um novo poder que atravessa fronteiras e se torna um protagonista essencial na vida de milhões de cidadãos, sob o ponto de vista do consumo (ARRESE, 2002, p. 103-4, tradução nossa).

Finalmente, chegando ao contexto brasileiro, que é o dos livros que compõem este corpus de análise, as observações de Alzira Alves de Abreu (2003; 2017) corroboram àquelas feitas por Arrese (1995; 2002; 2010) e Ríó Cabrerizo (1999; 2016) no sentido de depreender e diferenciar os eventos históricos que precedem ou cercam o moderno jornalismo econômico especializado no contexto de um país. Mais uma vez fica ratificado que, independentemente do país em questão, o início dessa trajetória é, em geral, marcado por publicações especializadas com conteúdos estritamente financeiros e comerciais. Por isso, ela esclarece:

Cabe ressaltar que a imprensa brasileira manteve um noticiário econômico desde praticamente a sua criação, para atender às necessidades de um mundo agrícola, voltado para a exportação. O *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, fundado em 1827, tinha longa tradição no tratamento de assuntos comerciais e agrícolas. Em seu primeiro número, informava: “Esta folha, exclusivamente dedicada aos senhores negociantes, conterà diariamente tudo o que diz respeito ao comércio, tanto em anúncios, como em preços correntes exatos de importação e exportação, entrada e saída de embarcações etc., etc.” Acompanhando as mudanças dos anos 1960-70, as áreas empresarial e financeira do jornal receberam um tratamento especial, com ampliação de temas e abertura de espaço para análises econômicas. Foi Aloysio Biondi, quando assumiu a direção do *Jornal do Commercio*, quem introduziu, nos anos 1970, inovações na cobertura econômica. Sob sua direção, o jornal tornou-se modelo de jornalismo econômico e deu ênfase a reportagens investigativas e críticas ao modelo econômico do regime militar. Biondi introduziu debates com especialistas sobre a conjuntura econômica, algo inusitado nesse período (ABREU, 2003, p. 33).

Corrêa (2016) percorre as origens da imprensa econômica especializada no Brasil em seu primeiro momento. Portanto, ainda não se trata de exemplos de veículos brasileiros especializados em jornalismo econômico, mas sim de publicações especializadas de natureza acadêmica. Assim, a autora sintetiza quais foram dentre essas publicações as que obtiveram maior destaque:

[...] O *Economista*: revista mensal de economia, finanças, comércio e indústria, que fora criado em 1921, e a *Revista Bancária Brasileira*, de 1933. Após o surgimento de *O Observador Econômico e Financeiro*, em 1936, podem ser citadas a *Digesto Econômico*, editada a partir de 1944 pela Associação Comercial e pela Federação Comercial de São Paulo, que apresentava uma orientação marcadamente liberal. Com o fim do Estado Novo, vieram à luz o *Mês Econômico e Financeiro*, fundado em 1947, que contava com a colaboração de alguns economistas associados à defesa das pautas nacionalistas, como Jesus Soares Pereira, Américo Barbosa

de Oliveira e Aristóteles Moura. No mesmo ano, teve início a publicação da *Conjuntura Econômica*, editada pela Fundação Getúlio Vargas, dirigida por Américo Barbosa de Oliveira e Tomaz Accioly Borges até 1952 e, a partir desse ano, por Eugênio Gudín e Octávio Gouveia de Bulhões, responsáveis também pela *Revista Brasileira de Economia*, da mesma instituição. A *Conjuntura Econômica* especializou-se na edição de estudos acadêmicos e publicou textos de economistas renomados, como Raul Prebisch, Hans Singer, Jacob Viner e Antonio Dias Leite. Em 1950, o Departamento Econômico da Confederação Nacional da Indústria lançou seu próprio veículo, a revista *Estudos Econômicos*, que deixaria de circular em 1954 (CORREIA, 2016, p. 117).

A história das ideias contidas nos livros brasileiros que estudaram o jornalismo econômico revela o dissenso entre os autores, ou minimamente imprecisões, sobre quando, de fato, surgiu o jornalismo econômico no Brasil e o jornalismo econômico brasileiro. Porque, como será trazido posteriormente, também é possível estabelecer distinção entre um e outro para melhor compreender os marcos históricos. Porém, sob a condição de referencial brasileiro, os apontamentos de Abreu (2003) detalham as características dos primórdios da informação econômica no país, ajudam a distingui-la frente ao que depois será o moderno jornalismo especializado em economia e, mais do que isso, parecem elucidar quais autores do corpus de análise estão certos quanto a este tópico-chave. Porque tais características são similares ao que foi exposto, anteriormente, sobre como se deu este início na realidade de outros países.

O jornalismo econômico tal como é hoje praticado nasceu nos anos 1970. Até essa década o noticiário econômico era essencialmente financeiro/comercial, voltado para informações práticas: cotações da bolsa, informações sobre câmbio, entrada e saída de navios, preços e produção de produtos agrícolas. Quando apresentava outros temas, estes não vinham acompanhados de uma análise, pois não existia um grupo de jornalistas dedicados e especializados em assuntos econômicos nas redações. Não existia cobertura de desempenho das empresas, nem dos diversos setores da economia (ABREU, 2003, p. 23).

Os eventos da imprensa brasileira generalista que impulsionaram o jornalismo especializado de economia no Brasil, por meio da criação de editorias próprias para a cobertura especializada da área econômica, não fogem à conjuntura da maioria dos países, conforme está descrito em Abreu (2003; 2017) e é possível verificar em Arrese (2002). O autor espanhol afirma ser “evidente que a cobertura desses tópicos

pelos principais jornais e revistas melhorou entre as décadas de 1930 e 1960”, apesar de que “essa melhoria não foi comparável”, por exemplo, “à que foi alcançada em outras áreas” do jornalismo especializado (ARRESE, 2002, p. 135;137, tradução nossa).

Para que acontecessem as mudanças significativas no jornalismo econômico radicado dentro de jornais e revistas generalistas, conforme aponta Arrese (2002), seria preciso esperar a década de 1950, mas especialmente a década de 1960. Tanto em função da “expansão” da economia dos Estados Unidos – já publicada na “revista *Time*” (em 1955) como “a notícia mais importante da última década” –, como devido à “reconstrução” europeia no pós-Segunda Guerra Mundial, que levou sua economia a “um período de sólido desenvolvimento” (ARRESE, 2002, p. 137, tradução nossa).

Esses grandes acontecimentos são os responsáveis por popiciar “um novo interesse informativo nos assuntos econômicos”, mas, como adverte Arrese (2002, p. 137, tradução nossa), “ainda sem a intensidade dos tempos posteriores”. Até então, a imprensa de informação econômica nesses países experimentou uma realidade que está expressa aqui:

O fenômeno descrito foi geral. Kenneth Fleet, jornalista econômico veterano do *Daily Telegraph*, ainda relatou mais uma situação semelhante no caso da Grã-Bretanha: desde os anos da Segunda Guerra Mundial até a reestruturação de mercados, bem nos anos 1950, as questões financeiras “desapareceram virtualmente dos jornais”. Considerando que Londres e Nova Iorque foram os centros financeiros mais importantes da época, não é possível esperar que a situação foi melhor em outros países. A principal diferença em países como Alemanha, França e Itália, especialmente a respeito do caso norte-americano, foi a existência de jornais nacionais de qualidade que, em geral, tinham a tradição de reportar mais amplamente assuntos econômicos e financeiros, principalmente quando a imprensa especializada não tinha a força e o prestígio dos jornais anglo-saxões. Exemplos como o do *Frankfurter Allgemeine Zeitung* e *Die Welt*, na Alemanha, ou *Le Monde* na França, foram caracterizados após a Segunda Guerra Mundial por seus esforços de popularização em questões econômicas e de negócios. Mas isso não era novidade em relação ao papel que esse tipo de publicação já havia desempenhado em períodos anteriores (ARRESE, 2002, p. 137, tradução nossa).

No que se refere às editorias econômicas dos grandes jornais impressos no Brasil, elas só ganham proeminência durante a década de 1970. Como

consequência, acabam ajudando a desenvolver um jornalismo brasileiro especializado em economia. As pesquisas de Abreu (2017) registram de maneira explicativa as alterações dessa área de jornalismo especializado no Brasil:

Nos anos 1970 os jornais passaram a dar destaque ao noticiário econômico, não só porque as notícias sobre política sofriam forte censura, mas também porque a economia se tornou um dos temas centrais do regime militar. Na trajetória de mudanças ocorridas durante esse período, os economistas passaram a ter o papel e o espaço que antes eram reservados à política e aos políticos. Os militares, em nome da eficiência econômica e da competência técnica, deram aos economistas os cargos de direção nos órgãos públicos, onde eles exerceram o poder de definir as políticas públicas e as orientações básicas para o desenvolvimento brasileiro. Os economistas atuaram praticamente como dirigentes políticos, mas sem as obrigações exigidas de um representante detentor de mandato eleitoral. Eles não precisavam prestar contas de seus atos a um partido ou eleitorado (ABREU, 2017, p. 118-9).

Assim, depois de recuperar as origens do jornalismo econômico pelo mundo, este item encerra pontuando, justamente, aquilo que deve ser interpretado como os primeiros movimentos, no âmbito dos grandes jornais generalistas, relativos à origem do moderno jornalismo econômico no Brasil e brasileiro. Como visto anteriormente na realidade dos diferentes países apresentados, em geral, o moderno jornalismo econômico especializado é desenvolvido em publicações jornalísticas (jornais ou revistas) também especializadas que, portanto, devem ter sua primazia observada dentro de sua pertinente evolução histórica.

Também finalizando o presente capítulo, que fez o caminho inverso evidenciando inicialmente as características desse tipo de jornalismo especializado para só depois visitar os seus primórdios, é que se pode demonstrar quando e como o jornalismo e a economia se encontram, além das razões que levam ao, por vezes, desencontro protagonizado pelo jornalismo econômico. Dessa forma, o próximo capítulo adentra nas concepções concernentes aos livros dedicados a tal campo do conhecimento jornalístico.

3. IDEÁRIO DOS LIVROS SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO

Neste capítulo serão vistas as ideias que, historicamente, tornam possível uma aproximação entre os autores de livros sobre o jornalismo econômico. Tanto os autores estrangeiros, que servem como referencial teórico, como, sobretudo, os autores brasileiros dessa literatura específica que aqui são fontes documentais convertidas em amplo objeto de pesquisa. Isto é, as ideias que estão contidas na literatura específica sobre jornalismo econômico exigem aproximações que, por sua vez, revelam quais são os tópicos mais comuns nesses livros.

Porque cada vez que um autor da literatura específica de jornalismo econômico discorre sobre esses subtemas, para além dos objetivos próprios de cada um dos livros, está sendo criada uma conversa mais ampla entre os diferentes autores. É por meio dessa interseção que eles operam construindo uma história das ideias para a área. A fim de sistematizar as principais ideias, fazer-lhes um cotejo tornou patente para a presente pesquisa quais são os sete subtemas mais frequentemente encontrados nesses livros. De alguma forma, tais subtemas emergem mostrando-se mais relevantes que outros.

São eles, sempre e primeiramente, comentar/estabelecer/tratar quando se dá o início do jornalismo econômico (item 3.1. “A polêmica temporal”); referir os veículos mais importantes (item 3.2. “A contribuição histórica”); explicar a formação dos jornalistas especializados na cobertura econômica (item 3.3. “A mão de obra”); orientar as questões da linguagem para fugir aos jargões do economês (item 3.4. “A linguagem especializada”); abordar um regramento que deve nortear os profissionais jornalistas da área (item 3.5. “Os princípios éticos”); destacar o papel das assessorias de imprensa no jornalismo econômico especializado (item 3.6. “Entre a influência constante e o domínio”); e, finalmente, explicar os contornos da virtualização do mercado financeiro que tem um impacto direto na produção de conteúdo (item 3.7. “Meios que mudam o mercado”).

Todos esses subtemas aparecem registrados em maior ou menor grau de presença, conforme o objetivo de cada livro, nos autores dessa literatura específica. A reunião desses autores, repercutindo os mais significativos em cada subtema, conduz a uma espécie de códice para a área especializada do jornalismo econômico no Brasil. A partir de agora, esta pesquisa intercala/confronta as ideias dos autores do corpus trazendo à tona a explanação de cada um dos subtemas.

3.1. A POLÊMICA TEMPORAL

Não existe nenhum subtema trabalhado nos livros brasileiros dedicados ao jornalismo econômico que seja mais controverso do que este: apontar com precisão o início dessa especialização jornalística no Brasil. E, como foi visto anteriormente, se os autores estrangeiros dessa literatura não concordam totalmente quanto à origem do jornalismo econômico nos diferentes países pelo mundo, os autores brasileiros também demonstram dissenso quanto aos eventos históricos no Brasil. Percorrer as páginas do corpus, analisando as fontes documentais que são os livros dessa literatura específica, pode e deve demonstrar quem está mais certo sobre um início ainda hoje tão polêmico toda vez que é referido.

Em seu livro O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964, o pioneiro autor Quintão (1987) já denotava uma perspectiva de entendimento capaz de diferenciar, historicamente, tais eventos no contexto brasileiro. Por isso, ele assegura que:

Nos anos 50 a marca dos assuntos econômicos nas páginas dos grandes jornais de informação geral são as pequenas notas ou artigos isolados que tratam de questões específicas relacionadas com o interesse do comércio e dos cafeicultores, contendo informações sobre produção, exportação, movimento de portos ou taxas cambiais (QUINTÃO, 1987, p. 47-8).

Para além disso, Quintão (1987) também denuncia a generalidade dos temas abordados por um conjunto de veículos que são, erroneamente, interpretados como o nascedouro do jornalismo econômico no Brasil.

De outro lado, há um grupo de Jornais do Comércio de propriedade privada, mas que de economia só tem o título, pois fazem uma cobertura de assuntos gerais, como quaisquer outros grandes jornais. Mantém apenas uma linha de sobriedade editorial com defesas esporádicas dos segmentos econômicos. Alguns cobrem esportes e até polícia (QUINTÃO, 1987, p. 48).

O trabalho autoral de Quintão (1987) só consegue atingir tal perspectiva distintiva porque é justamente ele quem vai colocar a pedra angular deste subtema na literatura brasileira específica. Porque está registrado em seu livro que o início das modernas colunas e seções de economia na imprensa brasileira exhibe um trio de personagens com alto embasamento técnico para a função a serviço de O

Estado de S. Paulo. Os anais do jornalismo econômico no Brasil devem ao estudo de Quintão (1987) a recuperação do histórico desses três jornalistas.

Entre 1944 e 1945, conforme relata Quintão (1987, p. 49-51), a convite de Júlio de Mesquita Filho, proprietário do jornal *Estadão*, Frederico Heller começa a escrever sobre o tema em artigos especializados. Além de ser jornalista, o alemão que chegara ao Brasil fugindo da perseguição nazista era também um economista formado pela Universidade de Leipzig. Munido com as informações enviadas à redação do veículo, a princípio Heller redige em alemão e francês para que, depois, alguém faça a tradução para o português. O francês Gilles Lapouge é o segundo colunista de economia no Brasil. Mesquita Filho, em “viagem à Europa” assim que terminam os cinco anos e meio da intervenção ao periódico promovida pelo Governo Vargas, conhece o jornalista Lapouge e o “traz para São Paulo” (QUINTÃO, 1987, p. 50). Por falta de adaptação ao Brasil, onde ficou por dois anos, Lapouge volta à capital francesa para escrever sobre economia como correspondente. Robert Appy, “um outro jornalista francês, com formação econômica no Centro de Altos Estudos Sociais e Econômicos de Paris”, fecha a trinca de personagens estrangeiros que, segundo Quintão (1987, p. 50), inaugurou as questões econômicas nacionais e internacionais, em colunas e seções, nos diários brasileiros.

Com a sólida formação dos três – jornalística e econômica de Heller e Appy; jornalística de Lapouge – teve origem, em “12 de junho de 1949”, o vanguardista e bem-sucedido caderno especial semanal intitulado *Suplemento Comercial e Industrial*²¹, que trazia 12 páginas em formato tabloide e uma cobertura do tipo parcial encartadas em *O Estado de S. Paulo* (QUINTÃO, 1987, p. 50). O único senão do estudo é introduzir somente depois a presença da figura central deste início (QUINTÃO, 1987, p. 54-5), sendo que ela é quase simultânea a de Frederico Heller e mesmo anterior as de Lapouge e Appy. Trata-se do também jornalista e economista alemão Gerhard Otto Banaskiwitz ou, como ficou popularmente conhecido no Brasil, Geraldo Banas – da revista *Banas*. Porém, isso só o estudo de Resende (2005, p. 71) Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços, o sexto livro do corpus, vai revelar adiante.

²¹ A observação do autor a seu respeito diz: “O *Suplemento* não é apenas o primeiro informativo de negócios do País com circulação regular, mas um veiculador doutrinário, liberal, anticomunista, com postura política bem-delineada na área da economia, posição que é assumida na imprensa carioca em artigos esparsos pelo Professor Eugenio Gudín” (QUINTÃO, 1987, p. 51).

Contudo, o mais importante sobre este subtema em Quintão (1987) é ter em mente que, desde o primeiro autor dessa literatura brasileira específica, houve uma sinalização clara de que a modernização da economia nacional propiciou e fomentou tal início. Uma perspectiva autoral mais ampla, que não isola os eventos, e está comprovada a seguir:

Os primeiros sinais de Jornalismo Econômico nos moldes como é hoje praticado no Brasil podem ser observados, portanto, no final da década de 50, quando o Governo Kubitschek se aproxima do capital estrangeiro na expectativa de, através dele, conseguir modernizar o incipiente parque industrial brasileiro, prometendo, ao mesmo tempo, dar um salto na história do desenvolvimento do País e libertar o Brasil da mera condição de exportador de produtos primários e importador de bens industrializados (QUINTÃO, 1987, p. 58).

Independentemente de Kucinski (1996) não mencionar as ideias de Quintão (1987), autor que lhe antecede nesta literatura específica, em seu livro Jornalismo econômico estão relatadas maiores informações sobre o campo de trabalho para os jornalistas da área. Elas confirmam o que Quintão (1987) descreve como sendo o papel limitado dos chamados “jornais do comércio e industriais”:

Os outros diários financeiros ou econômicos são tradicionais, mas de pequena circulação e limitados editorialmente. Em geral, são publicados por associações comerciais locais, para registrar mudanças tributárias, falências e concordatas. Empregam entre dez e trinta jornalistas. Uma exceção é o *Jornal do Comércio* do Recife, um dos mais antigos do país, que lidera a circulação em Pernambuco com cerca de 60 mil exemplares, cobrindo todas as áreas do jornalismo. Seguem-se em importância o *Diário do Comércio e Indústria* e o *Diário do Comércio*, ambos em São Paulo; o *Jornal do Comércio*, fundado em 1827, o mais antigo diário ainda em circulação no país, e o *Monitor Mercantil*, ambos no Rio de Janeiro; o *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre; o *Diário do Comércio*, de Belo Horizonte; e o *Indústria e Comércio*, de Curitiba (KUCINSKI, 2007, p. 18)²².

²² Em relação aos jornais mencionados, o generalista *Jornal do [sic] Commercio* de Recife (fundado em 3 de abril de 1919) segue em edição impressa e também digital; o *Diário do Comércio* (fundado em 1924) de SP deixa de ter versão impressa em 31 de outubro de 2014 e segue em atividade na versão online; o *Jornal do [sic] Commercio* do Rio de Janeiro (fundado em 31 de agosto de 1827) teve sua última edição impressa e digital em 29 de abril de 2016; o *Monitor Mercantil* (fundado em 1912) mantém sua edição impressa e digital; o *Jornal do Comércio* de Porto Alegre (fundado em 25 de maio de 1933) segue em edições impressa e digital; o *Jornal do Comércio* de Belo Horizonte (fundado em 1932) segue em edições impressa e digital; e o jornal *Indústria e Comércio* de Curitiba (fundado em 2 de setembro de 1976) também mantém ambos os tipos de edição.

Ao chegar em Lachini (2000), Anábase – História da Gazeta Mercantil, também há esclarecimentos quanto às transformações, no âmbito dos veículos especializados, que levaram os primórdios da imprensa econômica no Brasil até seu moderno jornalismo econômico. Primeiro ele caracteriza o jornal *Gazeta Mercantil* antes de sua grande reformulação: “um pequeno diário econômico e financeiro fundado em 1920, que tentava dar um salto editorial capaz de o elevar no cenário da mídia brasileira” (LACHINI, 2000, p. 17). Na sequência, o autor consegue precisar quando, de fato, a *Gazeta Mercantil* tornou-se um veículo relevante justamente porque começou a participar das alterações promovidas pelo moderno jornalismo econômico, agora sim, brasileiro.

A decisão de modernizar a “*Gazeta Mercantil*” estava amadurecendo desde o início dos anos 70, quando Omar Bittar, que trabalhava para o grupo, mostrara um artigo na mesma revista “*Fortune*” sobre o “*The Wall Street Journal*” ao “Doutor Herbert”, que o levou para os filhos. Luiz Fernando, dono de agência de publicidade, chamou Omar, já diretor-superintendente da empresa editora, e lhe disse que esperava ver um projeto semelhante ao grande jornal norte-americano. Dois anos depois, a família Levy vendeu a velha rotativa (de 1918) e o prédio da Rua do Gasômetro no bairro do Brás, antigo reduto italiano de São Paulo, onde funcionavam as oficinas e a redação; decidiu então investir os recursos apurados em talentos capazes de produzir e publicar um jornal que estivesse à altura do “milagre econômico” brasileiro (LACHINI, 2000,p. 19-20).

Em Basile (2002), que não recorre nem aos autores que lhe precedem na literatura brasileira específica e nem a qualquer referencial teórico brasileiro, a perspectiva do autor também está muito próxima da perspectiva empregada por Quintão (1987). Em que pese a discordância entre esses autores do corpus quanto ao veículo que simboliza o início do moderno jornalismo econômico especializado brasileiro²³. Assim, em seu livro Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor o autor assevera: “Em 1967 surge a revista *Exame*, a partir de uma especialização da editoria de economia da revista *Veja*. A *Exame* é, cronologicamente, a primeira expedição séria no sentido de viabilizar um

²³ Segundo Quintão (1987, p. 85), no Brasil, “a primeira revista de cobertura de assuntos econômicos foi, entretanto, *Política e Negócios*, editada no início da década de 60”, e que “teve vida curta”. Em Resende (2005), porém, as datas relativas à revista *Banas Informal/Banas* desmentem essa versão.

veículo nacional de economia” (BASILE, 2012, p. 84)²⁴. Apesar de Lachini (2000, p. 20) conferir a primazia a outro título especializado dizendo que a “revista ‘*Expansão*’” foi “a primeira publicação efetivamente de negócios a circular com sucesso no Brasil”.

Na avaliação de Basile (2002), deve ser entendida como moderna, justamente, a imprensa econômica que foi responsável por veículos especializados como a referida revista. O que exclui “os movimentos, sem dúvida, importantes, mas periféricos, de modernização da cobertura de negócios dos grandes jornais e revistas de interesse geral” (BASILE, 2012, p. 82). De qualquer forma, entre os autores brasileiros pertencentes à história das ideias do jornalismo econômico, o marco temporal de Basile (2002) está posto ao apontar para a revista *Exame* e colocar-lhe a chancela de moderno veículo jornalístico especializado em economia de âmbito nacional.

Antes de confirmar a ideia do pioneiro Quintão (1987), dizendo que o “jornalismo econômico floresceu e só ocupou espaço próprio à época da ditadura militar de 1964”, Caldas (2003, p. 13) exhibe em seu livro Jornalismo econômico uma perspectiva dos fatos que não só não é distintiva como é, provavelmente, a mais ampla entre os autores do corpus. Sua certeza parte do seguinte raciocínio: “O jornalismo econômico tem a mesma idade da imprensa. Não há registro de um jornal sem notícias de fatos econômicos” (CALDAS, 2003, p. 11). Dali a pouco, como quem parece estar respondendo à proposição do autor Quintão (1987) – mas sem citá-lo já que em nenhum momento ele figura entre as suas referências –, Caldas pondera a respeito:

O jornalismo econômico não nasceu com a ditadura militar de 1964, como afirmam alguns. Embora tenha sido naquele período, como veremos adiante, que ele realmente passou a ganhar relevo, importância, prestígio, forma, organização e, dentro da estrutura das redações, uma editoria própria (CALDAS, 2012, p. 11).

A alegação da autora remete a um exemplo que, na perspectiva aqui utilizada, comprova a existência de uma imprensa econômica, marcada por um

²⁴ Diferentemente de Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas, Frederico Heller, Gilles Lapouge e Robert Appy, que já chegam ao Brasil sendo jornalistas com experiência adquirida no contexto dos veículos estrangeiros, o criador da revista *Exame*, Matías M. Molina – em Lachini (2000), “Matias Jacinto Martinez Molina” –, chega ao Brasil com 17 anos para só depois realizar sua formação acadêmica e ir trabalhar como jornalista. De acordo com Resende (2005, p. 44), “Molina nasceu em 1937 em Madri, Espanha” e formou-se “em História pela USP.

conteúdo predominantemente financeiro e comercial, nos primórdios históricos e antecessores do moderno jornalismo especializado em economia no Brasil. Pois, assim ela argumenta:

No final do século XIX e início do século XX, os jornais brasileiros já traziam colunas fixas e diárias com temas exclusivamente econômicos. Por volta de 1920 o jornal *O Estado de S. Paulo* publicava uma coluna diária com o sugestivo título “Magnos problemas econômicos”, assinada por Cincinato Braga. Nos anos 1930, o ex-presidente da Academia Brasileira de Letras, Austregésilo de Athayde, manteve, durante anos, uma coluna em *O Jornal* com comentários sobre o mercado de café, naquela época o mais poderoso motor da economia nacional. E nos primeiros anos do século XX os jornais passaram a publicar (o que fazem até hoje) seções de mercados, em página inteira, com informações sobre cotação de abertura e fechamento dos mercados dos principais produtos agrícolas, do ouro e da prata, por exemplo (CALDAS, 2012, p. 11-2).

As transformações que começariam a impulsionar um moderno e especializado jornalismo de economia no Brasil, tal qual ocorrido em outros países, guardavam relação direta com o contexto experimentado pelo país. O registro de Resende (2005, p. 111), que entrevistou os jornalistas Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas e Benedito Ribeiro, traz os personagens vivenciando tais mudanças. Eles conheceram-se, nos anos 1950, em meio ao trabalho na redação dos *Diários Associados* de Assis Chateaubriand e apontaram, para o autor José Venâncio de Resende, os contornos da nova imprensa econômica que surgia.

Tanto Banas quanto Ribeiro acompanharam de perto o governo Juscelino Kubitschek, que estimulou o desenvolvimento industrial apoiado em investimentos estrangeiros. Isso refletiu na imprensa econômica que até então priorizava *commodities* como café e açúcar ou enfatizava a abordagem política dos temas econômicos, como fazia Assis Chateaubriand. Tanto que, por muito tempo, houve nas redações dos grandes jornais preconceito contra matérias de negócios. Mário Mazzei Guimarães costumava dizer que quem escrevesse sobre empresas era chamado de “gaveteiro”, aquele que estava na gaveta das empresas, fosse ou não verdade (RESENDE, 2005, p. 111-2).

Também em Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços, Resende (2005) remonta dois momentos que são muito importantes nessa busca pelo verdadeiro início. Um deles não chega a ser

contraditório, mas parece deslocado em relação ao jornalismo econômico por apresentar um capítulo que remete ao jornalismo agrícola (RESENDE, 2005, p. 229-264). Ou seja, além de ser outro tipo de jornalismo especializado, o próprio autor cita a justaposição de “agroeconomia” e “agronomia”. Ainda assim, como o moderno jornalismo econômico especializado passa necessariamente por um jornalismo noticioso²⁵, o “*Suplemento Agrícola* do jornal *O Estado de S. Paulo*”, indica Resende (2005, p. 229-30), só vai ter sua primeira publicação em “5 de janeiro de 1955”.

Ou seja, é um evento posterior ao próprio divisor de águas para a área no Brasil. Alguém que é corretamente apontado pelo autor José Venâncio de Resende (2005) como “pioneiro do jornalismo econômico brasileiro”. Trata-se do “alemão Gerhardt Ottobanaskiwitz – fugido da França, invadida pelos nazistas –”, que desembarca no Brasil “em 1943” (RESENDE, 2005, p. 71). O trabalho documental de Resende (2005) conseguiu, entre outras feitos, registrar sua entrevista com este personagem. Assim, os pontos dissonantes entre um e outro autor do corpus vão sendo contrapostos e revelando, enfim, quando começa o moderno jornalismo econômico no Brasil. Note-se que é no Brasil, mas ainda não brasileiro como ocorre posteriormente com a revista *Exame* (1967) e o jornal *Gazeta Mercantil* (1974), este veículo inclusive criando uma espécie de Escola de jornalismo econômico brasileiro. Assim, Resende (2005) narra:

Naturalizou-se brasileiro com o nome Geraldo Banas e, em 1945, entrou para o jornal *O Estado de S. Paulo* por intermédio de Sérgio Milliet, então secretário de redação, iniciando uma longa e profícua carreira que o tornaria um dos mais influentes jornalistas econômicos brasileiros. Banas, juntamente com Frederico Heller, criou em 1946 a seção de Economia do *Estadão*. Dois anos depois, fundava a Editora Banas para publicar pesquisas econômicas. Em 1949, os dois criaram o primeiro suplemento de economia e negócios do *Estadão*, tablóide semanal de 12 páginas. Geraldo Banas chegava a escrever de 10 a 15 artigos para o *Suplemento Comercial e Industrial*, à média de dois artigos por dia. Os artigos de Banas eram escritos em francês e traduzidos por Marcelino Ritter. “Eu tratava basicamente do processo de industrialização do Brasil abordando empreendimentos

²⁵ Conforme explica Resende (2005, p. 229): “A semente do *Suplemento Agrícola* do jornal *O Estado de S. Paulo* foi plantada em 1918, logo após a primeira guerra mundial. O agrônomo Manoel Lopes de Oliveira Filho, mais conhecido como Manequinho Lopes, passou a escrever às quintas-feiras uma coluna semanal com o título de “Assumptos Agrícolas”. Durante 20 anos, ele abordou temas como o mercado internacional do café, o aprimoramento da criação de zebus e a prática adequada da fruticultura”. De todo modo, é um registro dessa história das ideias que colabora na compreensão e distinção dos eventos realmente relacionados à imprensa econômica e ao moderno jornalismo que cobre esta área.

voltados para a criação de infra-estrutura como exploração de petróleo e siderurgia” (RESENDE, 2005, p 71-2).

Por sua vez, Lene (2013) transparece algum nível de indecisão ao recorrer a todos os autores brasileiros que lhe precedem. Isto porque primeiro ela afirma: “O jornalismo de economia tem uma larga tradição no Brasil. Os veículos de comunicação voltados para a indústria, o comércio e os negócios de maneira geral, surgiram em todo o país em meados do século XIX” (LENE, 2013, p. 25). Fora as distinções conceituais já apresentadas nesta pesquisa, o primeiro ponto aqui é frisar que veículo de comunicação não é sinônimo de veículo jornalístico. Não obstante isso, adiante, Lene (2013) demonstra uma percepção mais adequada da questão, inclusive condicionando tal surgimento à conjuntura econômica brasileira e mundial. Ou seja, um entendimento muito mais apropriado tal qual preconiza Arrese (1995; 2002; 2010). É aí que se confirma a indecisão de Lene (2013) em relação a sua afirmação anterior:

A difusão generalizada desse tipo de jornalismo especializado na grande imprensa do país está intimamente ligada à reorganização do capitalismo em escala mundial e ao seu desdobramento na economia brasileira a partir da década de 1950. Naquela época, a cobertura de assuntos dessa área revelava-se incipiente, conforme mostram pelo menos três autores que desenvolveram estudos sobre o tema: Aylê-Salassiê Filgueiras²⁶ Quintão (1987), Nancy Nuyen Ali Ramadan (1994) e Samantha Carvalho (2001)²⁷. Ela se fortaleceu, principalmente, a partir do final da década de 1960, e se identificava com o modelo de desenvolvimento econômico do Brasil (LENE, 2013, p. 28).

Como não é possível atribuir a um fenômeno, ao mesmo tempo, a condição de “larga tradição” e de incipiência, a autora Lene (2013) evidencia que está certa no segundo raciocínio. Fato corroborado por seu trabalho de autora que ajuda na tarefa de promover uma elucidação temporal. Para seu livro Jornalismo de economia no Brasil, Hérica Lene entrevistou, entre outros personagens, o jornalista de economia Joelmir Beting – uma testemunha e personagem importante dos primórdios do moderno jornalismo econômico especializado no Brasil e brasileiro – e dele ouviu a seguinte contextualização:

²⁶ [sic] Em Lene (2013, p. 28) lê-se: “Figueiras”.

²⁷ Os trabalhos acadêmicos das autoras Ramadan e Carvalho não estão publicados na mídia livro e, por essa razão, não integram o presente corpus de análise.

O jornalismo econômico separava o turfe dos classificados, nos jornais, e ia depois do futebol. O espaço era uma página, uma página e meia, nos grandes jornais do Brasil, que eram o *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Estado*, *a Folha*, e alguns jornais especializados, mas também de baixa circulação e também pouco prestígio político, o *Jornal do Commercio* e a *Gazeta Mercantil*. Tinha aqui em São Paulo também a revista *Visão*, que era mais especializada em economia, e nada além disso (BETING citado por LENE, 2013, p. 41).

Para abordar o subtema começo do jornalismo econômico no Brasil, em seu livro O juro da notícia: jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro, Puliti (2013, p. 81-8) vai acertadamente aos escritos de Quintão (1987), Lachini (2000) e Resende (2005). Pois, ao final deste item, poderá ser comprovado que o esclarecimento da polêmica temporal passa necessariamente pelo trabalho desses três autores e também por Basile (2002). Sem estabelecer a necessária distinção entre os conceitos temporais concernentes, Puliti (2013) relembra alguns pontos esboçando um raciocínio certo, mas que fica comprometido por sua visão generalizada dos eventos históricos. O que a leva ao comentário a seguir:

Em seu início, o jornalismo econômico brasileiro era tímido, mais voltado a atender às necessidades oriundas do perfil agrário-exportador que definira por anos a economia brasileira. Na virada do século XIX para o século XX, a matéria-prima²⁸ do noticiário brasileiro era a política. O noticiário econômico correspondia a algumas poucas páginas, lidas por especialistas de alguns setores. “Eram páginas dedicadas ao café, ao preço do café, ao comércio do café, à importação e exportação do café” (informação verbal fornecida por Rocha em São Paulo, em entrevista à autora em 2007). Em *O Estado de S. Paulo*, o ponto de partida para a instituição de uma pauta econômica mais consolidada foi dado pelo alemão Geraldo Banas, na esteira da Segunda Guerra. Em 1945, ele entrou para o jornal e em 1946, junto com Frederico Heller, criou a seção de economia do *Estadão*. Em 1949, o jornal lança seu *Suplemento Comercial e Industrial*, semanal. É atribuído a esse suplemento uma das primeiras manifestações de um jornalismo econômico um pouco mais consolidado (QUINTÃO, 1987:170)²⁹ e de forte conteúdo estrangeiro, sobretudo norte-americano (ROCHA; QUINTÃO; RESENDE citados por PULITI, 2013, p. 81).

²⁸ [sic] Em Puliti (2013, p. 81) lê-se: “matéria prima”.

²⁹ Neste trecho, Puliti (2013, p. 81) parece equivocar-se ao citar suas referências haja vista que, em Quintão (1987), não existe menção a Geraldo Banas como indicado na página 170. Em seu livro, Quintão (1987) introduz a figura de Geraldo Banas apenas nas páginas 54 e 55 e, assim mesmo, depois de explicar o papel de outros três jornalistas de economia estrangeiros que vieram para Brasil. Portanto, o mérito do registro pertence a Resende (2005, p. 109-126), que em seu livro dedicou um capítulo inteiro, “A Escola de Geraldo Banas”, para tratar da influência de Banas quanto ao moderno jornalismo econômico especializado praticado no Brasil.

Como é possível perceber, outro elemento que compromete a perspectiva de Puliti (2013) sobre este subtema é, novamente, a falta de distinção. Porque, como visto no capítulo anterior, os assuntos com viés econômico acabam se impondo na vida de todos, a outros tipos de cobertura jornalística e, mais tarde, a outros tipos de jornalismo especializado. Porém, isso não significa que exista, de fato, a ocorrência de jornalismo econômico. Na perspectiva adotada por esta pesquisa, quando Puliti (2013) remete às páginas da imprensa de outrora, dedicadas aos assuntos do café, para justificar o início do jornalismo econômico no Brasil, trata-se somente de mais um equívoco. Pois tais informações econômicas cafeeiras denotam, em primeiro lugar, os primórdios da informação econômica brasileira e, também, a existência de uma pauta de caráter econômico dentro da cobertura do jornalismo agrícola que, especializado ou não, tem uma dimensão muito mais abrangente do que simplesmente seu viés econômico.

Por último e mais recentemente, a falta de consenso também está sintetizada e refletida em Fiera (2018), autora do livro: Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula. Ao perceber o problema, Letícia Fiera (2018) expõe a questão e recorre diretamente a quatro de seus predecessores para abordar uma questão candente nessa literatura específica:

O jornalismo econômico ocupa um curioso espaço na historiografia do jornalismo brasileiro. Não há consenso entre os pesquisadores sobre o espaço dedicado ao jornalismo econômico, se as rubricas, notas, colunas etc., que tratavam sobre o tema da economia, nos jornais de grande circulação nacional e/regional, poderiam ser consideradas como um campo específico do jornalismo (Caldas 2003, Resende 2005, Quintão 1964³⁰, Basile 2002). Contudo, o tema sobre a economia do Brasil sempre esteve presente nas pautas jornalísticas, como assinala Suely Caldas (2003, p. 11) “no final do século XIX e início do século XX, os jornais brasileiros já traziam colunas fixas e diárias com temas exclusivamente econômicos”. Caldas relembra que no início do século XX os jornais publicavam seções de mercado e traziam informações sobre a cotação de abertura e fechamento dos mercados de produtos agrícolas, bem como o ouro e prata (CALDAS; RESENDE; QUINTÃO; BASILE citados por FIERA, 2018, p. 153).

Então, feito o cotejo entre os argumentos dos autores do corpus – e considerando distintivamente o que são os primórdios da imprensa econômica no

³⁰ O correto é: “Quintão, 1987”.

Brasil e o que é o moderno jornalismo econômico, sabendo-se que este se faz tendo em vista o advento dos veículos especializados e não tanto pelas editorias relativas dos veículos generalistas –, a esta pesquisa parece que a resposta reside no aporte teórico dos autores Quintão (1987), Lachini (2000), Basile (2002) e Resende (2005).

Portanto, no Brasil, o marco inicial do moderno e especializado jornalismo econômico é o trabalho jornalístico de Geraldo Banas e Frederico Heller em *O Estado de S. Paulo*, consolidando-se na figura de Banas que é o responsável pelo primeiro veículo especializado: a revista *Banas Informa* (segunda metade dos anos 1950). Com o passar do tempo e até mesmo pela influência de Banas sobre os jornalistas brasileiros, tem-se o aparecimento de outros veículos especializados importantíssimos nesta história das ideias. São eles as revistas, que surgem em bloco, *Exame* (1967), *Fator e Mundo Econômico* (1968), e *Expansão* (1971) – que se funde à *Exame* em 1975 –, e a versão reformulada do jornal *Gazeta Mercantil* (1974). Aí sim, com o trabalho das equipes desses veículos, já poderá ser percebido um moderno jornalismo econômico brasileiro. Sem esquecer que em paralelo vão surgindo as editorias econômicas dos grandes jornais; duas revistas políticas com uma cobertura econômica muito forte e frequentemente citadas pelos autores do corpus, que são as revistas *Visão* (1952) e *Política e Negócios* (início dos anos 1960); e, partir do início dos anos 1970, a reestruturação editorial dos chamados “jornais do comércio” e afins que, não sendo generalistas – caso este, por exemplo, do ainda existente *Monitor Mercantil* –, até então estavam circunscritos à condição de uma imprensa financeira e comercial como foi, efetivamente, a própria *Gazeta Mercantil* antes da sua grande mudança.

Em síntese, como os eventos não são desconexos à conjuntura econômica doméstica e mundial, os acontecimentos do Acordo de Bretton Woods (1944), do Plano de Metas de Juscelino Kubitschek (1956), da política econômica implementada pós-1964 (regime militar desenvolvimentista) e o Primeiro Choque do Petróleo (1973) é que se tem o ambiente propício para esta sucessão de marcos relativos ao moderno jornalismo econômico no Brasil e brasileiro.

3.2. A CONTRIBUIÇÃO HISTÓRICA

Não é plausível desconsiderar a relevância de cada veículo jornalístico nos eventos que compõem a história própria do jornalismo econômico, e que está expressa na sua literatura específica. Mais do que isso, é preciso valorizar cada um

desses veículos, mediante as informações disponíveis, como forma de registro e construção epistemológica para a área. É o que fica tipificado com o trabalho dos autores da literatura sobre jornalismo econômico.

Se alguma coisa caracterizou o mercado de jornais econômicos após a Segunda Guerra Mundial, nos países com a mais longa tradição de imprensa especializada, foi a consolidação de um título em cada país como veículo de referência. Embora vários jornais existissem em certos lugares e em determinados momentos, na década de 1970, um jornal dominava cada mercado, praticamente em situação de monopólio. O *The Wall Street Journal* nos Estados Unidos; *Nikkei* no Japão; *Financial Times* na Grã-Bretanha; *Handelsblatt* na Alemanha; *Les Échos* na França e *Il Sole 24 Ore* na Itália; e o recém-nascido *Cinco Días*, na Espanha: são os exemplos mais significativos de uma situação que se repetiu em outros lugares, quase sem exceção. Essa situação começaria a mudar nos anos oitenta. Pela primeira vez em muito tempo, surgiram novos diários econômicos em vários mercados que consolidariam uma certa posição de "desafiadores" em relação aos principais títulos líderes (ARRESE & VARA MIGUEL, 2011, p. 28, tradução nossa)³¹.

A literatura estrangeira sobre jornalismo econômico ajuda no conhecimento dos principais veículos dessa especialização jornalística pelo mundo. Porque cada etapa na construção dessa história passa diretamente por eles: os veículos de/com informação econômica e, posteriormente, os modernos veículos jornalísticos especializados na cobertura econômica. A seu turno, a literatura brasileira da área, representada pelos nove autores do corpus, invariavelmente, remete aos grandes títulos mundiais de jornalismo econômico e evoca os principais títulos nacionais.

Porque, como ilumina Basile (2012) sobre a importância dos veículos: “Um título consagrado é um ativo que a empresa tem e que lhe permite acessar o mercado com grande eficiência. Um título de revista ou jornal [...] são patrimônios

³¹ Ao final do século XX, pelo mundo, a tiragem dos principais jornais econômicos atestava a existência em simultâneo do concorrido mercado editorial espanhol de periódicos especializados em economia. Conforme esclarece Río Cabrerizo (1999), a manutenção de tal mercado é feita muito mais pelo “forte apoio comercial” da publicidade do que pela venda dos exemplares. A autora confirma os títulos de referência trazidos por Arrese & Vara Miguel (2011) bem como acrescenta outros: [...] *Nihon Keizai Shimbun* (Japão), líder, com quase quatro milhões de exemplares à venda; *The Wall Street Journal* (EUA) com mais de dois milhões de tiragem; *The Financial Times* (Grã-Bretanha) com mais de 300.000 cópias; *Il Sole 24 Ore* (Itália) – editado pelos empregadores italianos da Confindustria – com uma circulação de mais de 250.000 de tiragem, que concorre com o jornal de Milão *Italia Oggi*, de 100.000 cópias; *Handelsblatt* (Alemanha) com mais de 125.000 exemplares; *Les Échos. Le Quotidien de l'Economie* (França), com cerca de 80.000 exemplares; *Diário Económico* (Portugal); e *Expansión*, *Cinco Días* e *La Gaceta de los Negocios* (Espanha), em ordem de circulação que, no contexto espanhol, somados não atingem 100.000 exemplares (RÍO CABRERIZO, 1999, p. 23, tradução nossa).

valiosos que se constituem em poderosíssimos canais de comunicação” (BASILE (2012, p. 199).

Ao realizar um verdadeiro inventário das diferentes publicações da área no Brasil – incluindo as publicações que são predecessoras do moderno jornalismo econômico especializado –, os estudos brasileiros disponíveis em livro também empreendem sua contribuição histórica. Isso acontece todas as vezes em que, de forma superficial ou aprofundada, existem referências a esses veículos. Assim, os interessados podem saber da existência e/ou extinção de algum desses veículos ou até mesmo, em alguns casos, angariar maiores detalhes a respeito.

Na sequência é trazido um mapeamento dos veículos que vão aparecendo ao longo dos livros, autor por autor do corpus de análise, que totaliza o volume de 2.570 páginas. Longe da pretensão de listar todos os veículos existentes ou que já existiram no Brasil, os autores do corpus prestam um serviço ao aludir a estes veículos.

Entre os modernos veículos brasileiros de jornalismo econômico³² foram encontradas citações às publicações *Amanhã*³³ (KUCINSKI, 1996; LENE, 2013), *América Economia Brasil*³⁴ (BASILE, 2002), *Banas*³⁵ (KUCINSKI, 1996; RESENDE, 2005), *Empreendedor*³⁶ (KUCINSKI, 1996), *Exame*³⁷ (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI,

³² No caso do livro de autoria de Claudio Lachini (2000), por óbvio, há menção do veículo *Gazeta Mercantil* e, mais à frente, os veículos internacionais lançados pela marca. Porém, apesar de não citar o nome do jornal *Valor Econômico*, Lachini (2000) também registra que um novo jornal concorrente estava prestes a ser lançado.

³³ *Amanhã* é uma revista mensal, editada em Porto Alegre (RS), que está em circulação desde 1986 e mantém edição impressa e digital. Pertence à vertente do moderno jornalismo econômico especializado que é o jornalismo de negócios.

³⁴ Trata-se da edição brasileira da revista mensal *América Economía*, que existe desde 1986 no Chile e possui edições locais nos diferentes mercados editoriais dos países latino-americanos. A revista apresenta-se como “a líder no mercado de publicações sobre economia e negócios na América Latina”. A revista *América Economia Brasil* entra em circulação no mês de outubro de 2009 e, de acordo com o *publisher* Agostinho Turbiano – responsável por trazer o veículo para o contexto brasileiro –, sai de circulação em janeiro de 2018. O que acontece tendo como “exclusivo motivo” a “situação econômica e política” vivida pelo Brasil. Ver também SOBRE nós, *América Economia Brasil*, Company, **LinkedIn**. Disponível em:

https://www.linkedin.com/organization-guest/company/brasil-am%C3%A9ricaeconomia?challengeId=AQENcT38ytU9sAAAAXOMWx97-xdJMGzTHLoGY4479xUbAMFDiws_oW4Z_o_K0Fk_0yjjeojdi04GLfmi187OTBCSibg-_jQYgA&submissionId=419b7663-6960-2516-9a2e-1c69806b9c61. Acesso em 15. jun. 2020.

³⁵ Segundo Resende (2005), inicialmente, tratava-se do *Boletim Econômico Banas*. Em meados da década de 1950, é lançada a revista com o nome de *Banas Informa* e, em 1969, ela é rebatizada apenas como revista *Banas*.

³⁶ *Empreendedor* é uma revista mensal, editada em Florianópolis (SC), que foi fundada em 1994 e mantém edição digital. Pertence à vertente do jornalismo de negócios.

³⁷ Lançada pela Editora Abril em 1967 como uma revista mensal, em “1975, a revista *Exame* mudou a periodicidade para quinzenal, projeto copiado da revista semanal norte-americana *Business Week*” (RESENDE, 2005, p. 360). Em 5 de dezembro de 2019, *Exame*, até então uma publicação

1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005; LENE, 2013; PULITI, 2013), *Expansão*³⁸ (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; RESENDE, 2005), *Fator*³⁹ (KUCINSKI, 1996; RESENDE, 2005), *Forbes*⁴⁰ (BASILE, 2002), *Gazeta Mercantil* (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005; LENE, 2013; PULITI, 2013; FIERA, 2018), *Isto É Dinheiro*⁴¹ (BASILE, 2002; LENE, 2013; PULITI, 2013), *Mundo Econômico*⁴² (QUINTÃO, 1987; RESENDE, 2005), *Panorama Econômico* (QUINTÃO, 1987), *PEGN Pequenas Empresas & Grandes Negócios*⁴³ (KUCINSKI, 1996), *Política e Negócios* (QUINTÃO, 1987), *Valor Econômico* (KUCINSKI, 1996⁴⁴; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005; LENE, 2013;

do “Grupo Abril”, é “arrematada” pelo banco “BTG Pactual”. Ver BTG Pactual compra revista Exame por R\$ 72 milhões, em leilão. Notícias, Empresas, **Valor Econômico**, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2019/12/05/btg-pactual-compra-revista-exame-por-r-72-milhoes-em-leilao.ghtml>. Acesso em: 8 dez. 2019.

³⁸ A revista *Expansão* teve sua estreia em 1971 e, pouco tempo depois, em 1975 foi “comprada pela Editora Abril e incorporada pela revista *Exame*”. O economista estadunidense Harvey Poppel, “que pretendia empreender no ramo editorial na América Latina”, foi o fundador do título *Expansão*. Segundo Basile (2012, p. 85-6), como aluno destacado da “Harvard Business School”, ele recebeu do diretor desta escola “a cessão dos direitos da *Harvard Business Review* para o continente”. Em janeiro de 1969, portanto antes de lançá-la no Brasil, Harvey Poppel publica a revista *Expansión* no México e, logo depois, na Argentina. Se não logrou êxito no país vizinho, a revista segue em circulação no México, onde Poppel vendeu sua parte na operação apenas em 1993. Em agosto de 2005, a revista e os demais títulos do Grupo *Expansión* são comprados pela Time Inc, o braço editorial da Time Warner. Ver 50 AÑOS – Medio siglo em contínua transformación. Nuestra Historia, **Expansión**, Ciudad de México, 16 abr. 2019. Disponível em: <https://expansion.mx/empresas/2019/04/16/50-aniversario-de-expansion-nuestra-historia>. Acesso em: 23 jun. 2019.

³⁹ Em Kucinski (2007, p. 15) está registrado o desaparecimento da revista *Fator*, surgida no bojo da crise dos anos 60”. De acordo com Resende (2005), a publicação começou a circular em “1968”.

⁴⁰ A edição brasileira da revista *Forbes* tem início em agosto de 2012. No livro de Basile, a publicação é citada na edição revista e ampliada que é de 2012. Ver SOBRE, A Forbes Brasil, **Forbes**. Disponível em: <https://forbes.com.br/sobre-2/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁴¹ Lançada em 1997, *ISTO É Dinheiro* apresenta-se como a primeira revista semanal brasileira “de negócios, economia e finanças”. Ver SOBRE nós, *ISTO É Dinheiro*, Company, **LinkedIn**. Disponível em: https://www.linkedin.com/organization-guest/company/istoe-dinheiro?challengeId=AQG8RTI0ISuH3gAAAXOlt5Tt8zknU-b5gPe1wq_2-TQhloCI9BA7R2Rh79COISEcB9izVjCSTM-Rbef_shCA8LV68Ed-EfBeZQ&submissionId=c56ed51b-e328-2516-e799-7e22f8ce2836. Acesso em: 15 jun. 2020.

⁴² De carreira “meteórica”, segundo Resende (2005, p. 173-180), a revista *Mundo Econômico* teve, em “novembro de 1967”, a publicação de seu “número zero”, em “abril de 1968” o “número um” e a edição final em “setembro de 1969”.

⁴³ *PEGN* é uma revista mensal que está em circulação desde dezembro de 1988 com ampla projeção nacional, devido ao programa homônimo da Rede Globo de Televisão que estreou em janeiro do mesmo ano. A revista *PEGN* mantém os dois tipos de edição, impressa e digital, e é outra representante do jornalismo brasileiro de negócios.

⁴⁴ Neste caso, a partir da segunda edição do livro de Bernardo Kucinski que é posterior ao ano 2000, ano de estreia do jornal *Valor Econômico*.

PULITI, 2013; FIERA, 2018), *Visão*⁴⁵ (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; RESENDE, 2005; PULITI, 2013) e *Você S/A*⁴⁶ (BASILE, 2002).

Resende (2005, p. 115,118, 292) ainda cita os extintos revista *Direção*, uma “publicação mensal de economia e negócios produzida pela Editora Banas em sociedade com a norte-americana McGraw-Hill” e que “foi anunciada em julho de 1961”, e o “jornal de economia *Relatório Reservado*”, que circulava no Rio de Janeiro, é referido por Quintão (1987, p. 85).

Deste inventário, é importante perceber a centralidade histórica dos veículos mais citados, que são a revista *Exame* – quase todos os autores, com exceção de Fiera (2018) –, o jornal *Gazeta Mercantil* – absolutamente todos os autores do corpus –, e o jornal *Valor Econômico* – exceção feita a Quintão (1987), cuja data de publicação antecede em 13 anos a estreia do veículo. Algo que, no tocante aos jornais, Basile (2012) se encarregou de trazer um pouco mais do embate entre dois dos mais importantes títulos dessa história. Ao fazer uma síntese das características de cobertura próprias a cada um deles, Sidnei Basile denota aspectos do jornalismo econômico praticado, já no século XXI, por *Gazeta Mercantil* e *Valor Econômico* em nome de seu posicionamento no mercado.

Com o advento do *Valor*, a *Gazeta Mercantil* descreveu uma trajetória na direção de recuperar uma liderança que já teve na cobertura macroeconômica e política. Já o *Valor Econômico* se esmerou em obter grandes histórias de negócios. Foram esses, de maneira muito genérica, os pontos de vista que o leitor conseguiu captar do conteúdo desses jornais (BASILE, 2012, p. 137).

⁴⁵ A revista de “política e economia” *Visão* circulou entre 1952 e 1993, “com ênfase na economia e indústria”. Inicialmente quinzenal, depois, passou a ser uma publicação semanal. De acordo com Resende (2005, p. 127,134, 145, 193, 196), a revista chegou assim ao mercado editorial brasileiro: “Em 1952, um grupo de executivos do Rio de Janeiro, supervisionado por um empresário norte-americano, desembarcou em São Paulo. Hideo Onaga acabava de ser convidado para ser secretário de redação (equivalente a chefe de redação) da *Visão*, revista quinzenal que surgia no Brasil como publicação paralela à edição mexicana *Visión* da empresa norte-americana Vision Inc. com sede em Nova York”. Mais tarde, a partir de “1964”, o grupo *Visão* lançou as revistas técnicas “*Dirigente Construtor*, *Dirigente Industrial* e *Dirigente Rural*”. Entre “1971 e 1972”, o empresário “Said Farhat” compra o conjunto dessas revistas técnicas. Em 1974, acontece “a compra do grupo *Visão*” por parte do “empresário Henry Maksoud”. Entre outras coisas, acrescenta Resende (2005, p. 372), Maksoud foi responsável por trazer ao “Brasil” o vencedor do “prêmio Nobel de Economia” Friedrich Hayek, mas era chamado “de Idi Amin da imprensa brasileira”, em matérias publicadas no jornal do “Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo”, por suas declaradas “posições chamadas de direita”.

⁴⁶ Revista mensal do Grupo Abril que foi lançada em 1998.

Tal qual observado nos autores estrangeiros dessa literatura específica, os livros brasileiros do corpus também fazem referências às publicações acadêmicas de economia, como as revistas *Conjuntura Econômica* (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; FIERA, 2018), *Revista de Economia Política* (KUCINSKI, 1996; FIERA, 2018), *Revista de Administração Pública* (KUCINSKI, 1996; FIERA, 2018) e *Agroanalysis* (KUCINSKI, 1996; FIERA, 2018), todas da FGV – Fundação Getúlio Vargas, a revista *Pesquisa e Planejamento Econômico*, do Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (KUCINSKI, 1996), a revista *Digesto Econômico*, da Associação Comercial de São Paulo (FIERA, 2018) e a revista *Carta Mensal*, da Confederação Nacional do Comércio⁴⁷ (FIERA, 2018).

Em relação aos assim chamados “jornais do comércio” e periódicos afins, na interpretação adotada para o mapeamento, eles ficaram à parte porque devem ser entendidos como exemplos de veículos dos primórdios da informação econômica no Brasil. Em que pese se tratar de uma imprensa inicial e essencialmente financeira/comercial, com vários desses veículos mostrando-se generalistas apesar de seus nomes⁴⁸. E, como é importante lembrar, sendo que tais veículos só serão reformulados, de modo a praticar o moderno jornalismo especializado em economia, a partir dos anos 1970. Ou seja, eles têm seu papel, que não é central, na sedimentação da prática jornalística especializada em economia, mas só depois das iniciativas de especialização da editoria de Economia nos grandes jornais generalistas brasileiros e do surgimento das revistas jornalísticas de economia – ou com um enfoque muito grande na economia, como foi o caso destacado da revista *Visão*.

⁴⁷ [sic] Em Fiera (2018, p. 157) lê-se: “Confederação Nacional do Comercial”.

⁴⁸ Esses são os casos, por exemplo, do “*Jornal do Commercio, Monitor Mercantil e Diário Comercial*” (ambos do Rio de Janeiro); “*Diário do Comércio e DCI - Diário Comércio e Indústria*”, de São Paulo; “*Diário do Comércio*”, de Belo Horizonte; “*Jornal do Comércio*”, de Porto Alegre; “*Jornal do Commercio*”, de Recife; “*Diário Mercantil*”, de Juiz de Fora; “*Jornal do Comércio*”, de Manaus; “*IC Indústria e Comércio e Folha do Comércio*”, ambos de Curitiba, que são citados por diferentes autores do corpus (QUINTÃO, 1987, p. 48-9; KUCINSKI, 2007, p. 18; CALDAS, 2012, p. 20; LENE, 2013, p. 29). Sobre o veículo *DCI*, conforme aponta Resende (2005, p. 351), o jornalista de economia Aloysio Biondi “lançou o projeto *DCI (Diário Comércio e Indústria)* como alternativa à *Gazeta Mercantil*”. Basile (2012, p. 91) relata que o *DCI* “voltou à cena no primeiro semestre de 2002”. Já rebatizado como *DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços*, o veículo deixou de circular na versão impressa e digital em 23 de setembro de 2019. Em julho de 2020, porém, o *DCI Digital (DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços)*, veículo online que tem características generalistas, ressurgiu na web. Ver JORNAL DCI anuncia que encerrará as atividades no impresso e no digital. Notícia, Mídia e Marketing, Economia, **G1**, 17 set. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2019/09/17/jornal-dci-anuncia-que-encerrara-as-atividades-no-impresso-e-no-digital.ghtml>. Acesso em 20 jul. 2020.

Basile (2002) vai ao encontro de tal perspectiva de análise apontando a centralidade da revista *Exame* para este tipo de jornalismo especializado no Brasil. Muito porque ele reforça a relevância dos modernos “veículos nacionais” de jornalismo econômico. Outras publicações mencionadas pelos autores do corpus foram desconsideradas para este mapeamento, porque não devem ser contadas como publicações do moderno jornalismo econômico especializado (embora em sua forma mais abrangente e em suas vertentes tenham a ver com o jornalismo financeiro e o jornalismo de negócios). Este foi o caso da menção (RESENDE, 2005) às revistas técnicas e aos anuários publicados pela Editora Banas, como *Brasil Industrial*, *Brasil Financeiro*, *Imagens do Brasil* e demais veículos, que “eram chamados de *Livros das Sociedades Anônimas*”. A pesquisa também não pode considerar exemplos de veículos de jornalismo especializado em economia títulos como os das revistas *Globo Rural* (RESENDE, 2005) e *Carta Capital* (BASILE, 2002; LENE, 2013), entre outras também não tão dedicadas ao jornalismo econômico.

Quanto aos veículos internacionais de jornalismo econômico, que surgem para situar o interessado sobre os títulos-cânonos da área ou as “marcas globais” de que trata Arrese (2002), existem menções à/ao *Business Week* (LACHINI, 2000; RESENDE, 2005), *Financial Times* (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005; LENE, 2013; PULITI, 2013), *Forbes* (KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000), *Fortune* (LACHINI, 2000; RESENDE, 2005), *The Economist* (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; RESENDE, 2005; LENE, 2013; PULITI, 2013) e *The Wall Street Journal* (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005; LENE, 2013; PULITI, 2013; FIERA, 2018).

Além desses títulos, também foram localizados nos livros do corpus outros veículos internacionais de jornalismo econômico⁴⁹: *Advertising Age* (revista dos EUA) (LACHINI, 2000), *Economía-Hoy* (periódico impresso diário da Venezuela) (LACHINI, 2000), *El Cronista Comercial* (periódico impresso diário da Argentina) (LACHINI, 2000), *El Economista* (periódico impresso diário do México) (LACHINI, 2000), *El Observador* (diário econômico do Uruguai) (LACHINI, 2000), *Expansión*

⁴⁹ Diferentemente dos veículos brasileiros de jornalismo econômico, que são centrais para o mapeamento da dissertação, todos os referidos veículos internacionais, conforme aparecem no livro de cada autor do corpus, constam da respectiva lista de termos ou expressões econômicas que foi uma das etapas metodológicas adotadas. Adiante, cada uma dessas listas está disponível para consulta no *link* apresentado ao final da apreciação individual feita para cada um dos nove livros do corpus de análise.

(revista do México) (BASILE, 2002), *Expansión* (jornal de economia da Espanha) (LACHINI, 2000), *Gazeta Mercantil New York Weekly Edition* (cuja primeira edição é de “11 de abril de 1983” e, a partir “de 2 de janeiro de 1984”, troca de nome para *Gazeta Mercantil International Weekly Edition*) (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000); *Gazeta Mercantil Latino-Americana* (lançada em 8 de abril de 1996) (LACHINI, 2000), *Handelsblatt* (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000; BASILE, 2002), *Harvard Business Review* (revista dos EUA) (LACHINI, 2000; BASILE, 2002), *Il Sole 24 Ore* (LACHINI, 2000), *Les Échos* (BASILE, 2002), *Nihon Keizai Shimbun* (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000), *The Australian Financial Review* (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000) e *The Banker* (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000).

Como é possível depreender tendo em vista esse mapeamento, a contribuição histórica dos livros brasileiros sobre jornalismo econômico é incontestável e por demais relevante para situar os interessados, tanto sobre os veículos especializados nacionais como também sobre os veículos internacionais. No tocante aos veículos brasileiros mais frequentemente citados por sua importância, esta pesquisa deixa como indagação para a área a seguinte pergunta: Onde estão os estudos publicados como livros a respeito, pelo menos, da revista *Banas*, da revista *Exame*, do jornal *Valor Econômico* e, por que não dizer, também da revista *Visão*? Em especial quando se tem como referência o trabalho desenvolvido por Lachini (2000) sobre a trajetória do jornal *Gazeta Mercantil*.

Independentemente de serem livros originários do eixo acadêmico, do eixo profissional ou do eixo híbrido dessas publicações, faz-se mister que tal área do conhecimento jornalístico especializado no Brasil possa receber o aporte dessas histórias.

3.3. A MÃO DE OBRA

Ao dar seus primeiros passos enquanto área jornalística de cobertura especializada, o jornalismo econômico brasileiro teve de lidar, conforme apuração de Abreu (2017), com um problema relativo à formação da sua força de trabalho:

Nos primeiros anos da década de 1970, os jornalistas que cobriam economia tiveram de enfrentar as barreiras da falta de conhecimento especializado na área. As informações eram obtidas entre os tecnocratas, que utilizavam uma linguagem conceitual de difícil compreensão para o público leitor, e muitas vezes os jornalistas reproduziam as informações tal como lhes eram transmitidas, sem

codificação, com algumas adaptações para a linguagem comum. Os novos termos, a nova linguagem que passou a integrar o cotidiano do noticiário recebeu a designação de “economês”, expressão cunhada por Carlos Lacerda (DINES citado por ABREU, 2017, p. 124).

Em geral, os autores do corpus preconizam a necessidade de formação do jornalista que vai fazer a cobertura especializada em economia, além de demonstrarem preocupação mediante a falta de formação dos profissionais. Sob pena de que, em última análise, o jornalista não consiga “traduzir” para o público aquilo que nem ele mesmo conseguiu entender sobre a área econômica. É o que se constata em Quintão (1987), Lachini (2000), Basile (2002), Caldas (2003), Quintão (1987) citado por Lene (2013, p. 146-9) e Fiera (2018), valendo a ressalva de que Resende (2005), ao relatar a experiência dos profissionais que ajudaram a construir o jornalismo econômico no Brasil, não se ocupa com este subtema em seu livro.

Ainda nos escritos pioneiros de Quintão (1987, p. 97), lê-se que, da década de 1960 em diante, “a especialização foi um caminho inevitável para quem cobria Economia, tal a diversidade dos assuntos e a exigência de precisão nas informações”. Ao passo que o autor explicita a urgência formativa do profissional de jornalismo econômico:

Ao longo do tempo, a própria pauta do Editor de Economia para os seus repórteres vai se tornando inócua, já que o grau de especialização do repórter, conseguido através de cursos de treinamento ou da experiência já adquirida, vai se sofisticando de tal forma que, muitas vezes, o próprio Editor de Economia não sabe o que pedir do repórter em um ou outro assunto específico (QUINTÃO, 1987, p. 98).

Vem de Caldas (2003), entretanto, o melhor exemplo de que o jornalismo econômico não pode abrir mão da formação/especialização de seus profissionais. Em suas lições práticas, a autora (CALDAS, 2012, p. 67) assevera como não é possível a um jornalista da área “desconhecer a engrenagem da economia num sistema capitalista”:

Ele tem obrigação de saber que o remédio para conter a inflação quando ela ameaça fugir ao controle é aumentar a taxa de juros e “desaquecer” a economia. E por quê? Simplesmente porque, com juros altos, o dinheiro em circulação diminui, as pessoas compram menos, os industriais e comerciantes são obrigados a baixar o preço para conseguir vender e, por fim, a inflação tende a cair. É a lei da

oferta e da procura. Quando a procura de produtos é maior do que a oferta, os preços sobem e a inflação também. E quando, ao contrário, é a oferta que cresce, ocorre o oposto. Esta regra está nos manuais de economia e tem sido aplicada no mundo inteiro. O problema é que no Brasil a dose é exagerada, os juros são muito altos e o *spread* bancário (a diferença entre os custos de captação de dinheiro do público e de empréstimo dos bancos) é o mais elevado do mundo. É que aqui os chamados fundamentos econômicos são frágeis, a dívida pública é enorme, a moeda é ameaçada com frequência, o balanço de pagamentos é deficitário e a inflação pode voltar a qualquer instante (CALDAS, 2012, p. 67-8).

A exceção quanto ao subtema formação dos jornalistas foi detectada no autor Bernardo Kucinski, um autodidata na cobertura econômica e um egresso da “Escola de jornalismo econômico *Gazeta Mercantil*” (RESENDE, 2005, p. 288). Kucinski (1996) é o único autor do corpus a fazer uma defesa do autodidatismo para os interessados neste tipo de jornalismo especializado.

Quase todo o espaço crítico no campo econômico é ocupado por economistas e sociólogos, e não mais do que meia dúzia de jornalistas notáveis, que se tornaram grifes jornalísticas [...]. Mas o jornalismo voltado à economia continua sendo um espaço privilegiado de trabalho, por propiciar aos jovens jornalistas a oportunidade do autodidatismo e da ampliação contínua do seu conhecimento através do próprio trabalho. Esse é o aspecto mais atraente do jornalismo econômico (KUCINSKI, 2007, p. 16-7).

Na contraposição das ideias, involuntariamente, Claudio Lachini (2000) é quem torna perceptível a origem do autodidatismo encampado por Kucinski (1996). Em seu livro Anábase – História da *Gazeta Mercantil*, Lachini (2000) explica como era o *modus operandi* da publicação para recrutar e preparar sua força de trabalho. Um fator que impactava diretamente no grau de segmentação do veículo que foi se intensificando, graças aos desdobramentos surgidos de uma editoria para outra até que elas chegassem a um total de 20 editorias. Só que, à época das grandes transformações que levaram ao sucesso editorial da *Gazeta Mercantil* – isto é, a partir de 1974 –, havia pouca mão de obra com formação adequada para trabalhar num tipo de jornalismo especializado que, como se viu, fazia seus primeiros movimentos de afirmação no Brasil.

Além de informar o leitor sobre assuntos de seu interesse específico, o acompanhamento do mercado tinha a vantagem interna de contribuir para a formação de jornalistas. Para fazer essas “colunas”, jornalistas jovens eram treinados e observados pelos editores.

Aprendiam assim a procurar informação específica, precisa, a checar dados, falar com as fontes e a sentir-se responsáveis diretos por uma área. As “colunas” eram assinadas, o que aumentavam a responsabilidade e a auto-estima do jovem repórter. A fórmula deu ao jornal mais densidade e a possibilidade de penetrar em áreas nas quais talvez não conseguisse entrar de outra maneira (LACHINI, 2000, p. 99).

Intercaladas, a proposição de Kucinski (1996) quanto ao autodidatismo e a informação de Lachini (2000) quanto ao treinamento dos jornalistas da *Gazeta Mercantil* apontam para dois momentos perceptivos. O primeiro sugere a origem da ideia pleiteada pelo autor Kucinski. O segundo, em contrapartida, acaba por denotar a inviabilidade da defesa do autodidatismo. Isto porque o jeito *Gazeta Mercantil* de treinar jornalistas para cobrir a área econômica pressupunha, sim, iniciantes na tarefa. Porém, jamais novatos capazes de estarem habilitados por sua própria iniciativa e estudo não formal – como seria o caso de um jornalista autodidata na cobertura especializada da economia. É o que confirma a descrição de Lachini (2000) sobre a necessidade de formação para atuar nessa área:

Uma das grandes preocupações da redação era a seleção e treinamento de jornalistas. Desde o começo era necessário imbuir os “focas” da importância do seu trabalho e da sua responsabilidade. Nesse aspecto, ainda nos anos 70, a GZM montou com a Unicamp um curso de formação em “Economia Brasileira”, coordenado pelo professor João Manuel Cardoso de Mello e a equipe que trabalhava para o “Fórum Gazeta Mercantil”. Tinha 60 horas/aula e era destinado ao pessoal da Casa. Em 1998, Mário de Almeida criou um curso de 30 dias, em período integral, para recrutar jornalistas recém-formados (LACHINI, 2000, p. 99).

Fiera (2018), mesmo sendo a única autora do corpus que não é jornalista, manifestou-se sobre este subtema ponderando a respeito, mas terminou destacando os perigos da falta de formação profissional. Ela argumenta que:

O sociólogo francês Jean-Marrie Charron (2013) distingue⁵⁰ dois tipos de jornalistas, de um lado os “jornalistas econômicos”, e do outro os “jornalistas que tratam de economia”. Se os primeiros receberam formação específica em economia e se especializaram nesta profissão, os segundos, entretanto, com uma simples formação acadêmica são chamados para trabalhar em grande variedade de tópicos, incluindo a economia a título ocasional. Estes jornalistas muitas vezes não estão confortáveis por não terem habilidades

⁵⁰ Em Fiera (2018, p. 157) lê-se: “distinguir dois tipos de jornalistas”.

necessárias para compreender os registros contábeis, quadros estatísticos ou, o mais importante⁵¹, o próprio discurso econômico /financeiro e outros materiais enviados pelas fontes e postos a sua disposição. Muitas vezes, o jornalista se encontra diante de um ou vários interlocutores que conhecem muito bem o tema abordado, mas não sabe fazer a pergunta certa ou pedir esclarecimento útil ou, em última instância, manter a distância mínima para a crítica. Logo, a fragilidade da formação técnica para jornalistas afeta a qualidade das informações apresentadas, a tal ponto que prevalece muito mais a comunicação econômica do que a realização de um jornalismo econômico. Isto é, a importância da difusão e do nível de especialização dos jornalistas são, talvez, garantias essenciais da independência dos jornais. Visto que o jornalismo visa a atender, ao menos, três requisitos simples na composição da informação midiática: integralidade, seriedade e competência. Estes requisitos permitiriam coletar, processar e interpretar a informação econômica de modo objetivo (FIERA, 2018, p. 157-8).

Excluídas as ideias de Kucinski (1996) quanto à formação dos jornalistas de economia, por demais destoantes quanto ao início histórico desta especialização no Brasil que é marcado pelas figuras de Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas, Frederico Heller, Gilles Lapouge e Robert Appy, somente outra autora, ao passar brevemente pelo subtema, esboçou uma perspectiva, por assim dizer, atípica. Puliti (2013) não pode ser contada entre a maioria dos autores que defende a necessidade de formação, mas também não reitera a visão defendida pelo autor Kucinski (1996). Contudo, note-se que ela parece contestar a validade da escolha das fontes em consequência, justamente, da formação/especialização dos jornalistas.

A especialização dos jornalistas e o reduzido nível de erros do noticiário em tempo real ajudaram a construir e consolidar a credibilidade que o *AE News/Broadcast* desfruta junto ao mercado e a outros veículos de comunicação, dentro de uma visão que privilegia fontes mais técnicas do que políticas. O MST (Movimento dos Sem-Terra), por exemplo, só apareceria em um informativo desse tipo se seus atos viessem a impactar alguma decisão de investimentos (PULITI, 2013, p. 98-9).

Ao tensionar as ideias de ambos os autores, Kucinski (1996) e Puliti (2013), quanto à formação dos jornalistas de economia, a esta pesquisa sobrou apenas o seguinte questionamento: Como é que se faz jornalismo econômico especializado sem ter nem jornalistas e nem fontes com formação/especialização? Ainda mais

⁵¹ Em Fiera (2018, p. 157) lê-se: “ou, o mais importante o próprio discurso econômico/financeiro e outros materiais enviados pelas fontes e postos a sua disposição”.

quando se sabe que o público que consome jornalismo econômico também é especializado ou com algum nível de iniciação (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991; RÍO CABRERIZO, 2016). Uma pergunta que não encontra resposta nem mesmo nos livros destes dois autores do corpus: Kucinski (1996) e Puliti (2013).

Ou, dito de outro modo, esta pesquisa concorda plenamente com o que aconselham a absoluta maioria dos autores dessa literatura específica, seja no caso da matriz ibérica, em que todos os referenciais teóricos apoiam a necessidade de formação técnica, seja no caso da matriz brasileira, em que seis dos nove autores do corpus (QUINTÃO, 1987; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; LENE, 2013; FIERA, 2018) também sinalizam para este sentido sem reservas – sendo este o caso específico de Puliti (2013). Ademais, considerando a perspectiva crítica, não há nenhum problema com os diferentes posicionamentos adotados por Kucinski (1996) e Puliti (2013), em seus respectivos livros, quanto à formação do jornalista de economia. Porém, fica evidente a insuficiência dessas ideias uma vez que tais autores não desenvolveram e/ou não conseguiram demonstrar de que maneira isto seria viável.

3.4. A LINGUAGEM ESPECIALIZADA

Compõe parte significativa do ideário dos livros sobre jornalismo econômico a preocupação com a linguagem utilizada neste tipo de jornalismo especializado. Em seus apontamentos críticos, os autores espanhóis Coca García & Díezhandino Nieto (1991; 1998) discorrem quanto ao “obscurantismo” dela, sempre indicando falhas e ao mesmo tempo oferecendo soluções textuais para os jornalistas da editoria de Economia. Porque ainda que o jornalismo econômico seja feito por profissionais especializados e para um público também entendido na matéria, tal linguagem pode e, invariavelmente, apresenta alguns problemas.

César Coca García e María Pilar Díezhandino Nieto (1991; 1998) oferecem, inclusive, uma classificação para os problemas dessa linguagem. Prosseguem os autores afirmando que as variações vão de eufemismos – exímios na “arte de mascarar a dura realidade” (trocar “capitalismo” por “economia de mercado” ou empresas que “perdem” dinheiro por empresas que apresentam “resultado negativo”) –, passando pela má utilização de termos próprios da economia (“excedente laboral” em vez de “trabalhadores desempregados”, “recisão de contrato” em vez de “demissão compensada” ou “flexibilidade”, que tem sentido

ambíguo, no lugar de “redução”), e chegam às “barbáries” (porque “para dar um toque de distinção” o jornalista de economia substitui expressões existentes em seu idioma por estrangeirismos, em geral vindos do inglês, como “*broker*”, “*ranking*”, “*spread*”, “*know how*” ou “*savoir faire*” – que é a sua versão francesa; ou acaba “popularizando na informação econômica” uma “linguagem bélica” como “guerra comercial”, “batalhas empresariais”, “prova de fogo”, “armas” e “calibres”) (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 130-43; 1998, p. 59-85, tradução nossa). São exemplos que demonstram, em boa medida, como até mesmo o público específico do jornalismo econômico pode se desinteressar graças à linguagem empregada com o pretexto de informar.

Mais do que isso, no caso das editorias de economia dos veículos generalistas, que possuem um público muito mais amplo, esse tipo de linguagem por vezes revela que o vocabulário adequado para ser utilizado, definido em todos os manuais de redação, acaba sendo ou esquecido ou preterido pelo jornalista. Para tanto, os motivos podem variar desde vaidades, como o desejo de ser visto como um *expert*, até o uso inapropriado de academicismo e/ou erudição num texto jornalístico.

Entre os muitos eufemismos da linguagem do jornalismo especializado em economia, está o caso clássico ligado ao *Crash* da Bolsa de Valores de Nova Iorque. Trata-se de um exemplo de eufemismo que, para além de revelar a absoluta parcialidade do veículo especializado, ludibriou o público ao noticiar um fato relevante tentando maquiagem a verdade desastrosa.

Talvez o maior exemplo de eufemismo na história da informação econômica tenha sido dado precisamente pelo *The Wall Street Journal*. Este jornal, em 30 de outubro de 1929, apenas um dia após a terça-feira negra de Wall Street, que se tornou um dia importante na história econômica do século XX devido à impressionante queda da Bolsa de Nova Iorque, intitulava na primeira página: “As ações se mantêm depois da queda”. *Variety*, a revista do mundo do espetáculo, menos comprometida com os negócios e seus proprietários ou mais ciente de que esse fato interessava a todos os cidadãos e não apenas a um punhado de financiadores que já conheciam perfeitamente a magnitude da catástrofe, era muito mais direta na manchete: “Wall Street em falência”. É difícil encontrar um maior mascaramento da realidade do que o citado, mas as informações econômicas estão cheias, todos os dias, de expressões confusas quando não abertamente enganosas. Escritas com a intenção clara de mascarar ou fruto simplesmente do contágio da linguagem, essas frases ou palavras confundem e dificultam o entendimento das informações e ameaçam [...] os fundamentos da

linguagem jornalística (COCA GARCÍA & DÍEZHANDINO NIETO, 1991, p. 131, tradução nossa).

Também Arrese & Vara Miguel (2016, p. 55, tradução nossa) estabelecem a distinção entre o que deve ser uma linguagem com “simplicidade e rigor”, elementar ao “bom jornalismo econômico”, e o que não deve ser confundido com uma linguagem superficial:

quando confrontadas com a necessária simplificação, as informações econômicas atendem à extrema demanda por rigor. Devido à sua sensibilidade especial e aos efeitos imediatos que possam ter, as notícias econômicas e suas explicações – verdadeiras redes de causas e consequências, redes de conceitos e indicadores – exigem uma organização máxima no uso de termos, na publicação de figuras e, em geral, em cada um dos elementos que os compõem. [...] Logicamente, esse rigor deve ser alcançado por meio de uma linguagem compreensível para o público, que requer diferentes níveis de especialização, dependendo dos diferentes níveis da cultura econômica e do uso que é feito dessas informações. A tensão da linguagem [...] está no centro das dificuldades da informação econômica. Da mesma forma, outra das estratégias usadas para tornar certos problemas complexos mais compreensíveis é o apelo ao comentário ou à análise do especialista (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 54, tradução nossa).

Para ensinar os caminhos que tornam mais atraente a linguagem empregada no jornalismo econômico, e assim provocar um maior interesse do público, os autores (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016) instruem quanto ao subtema.

A informação econômica tem sido o império do número e da palavra, do gráfico e da tabela, deixando pouco espaço para a cultura visual, a imagem e a cor, a ousadia formal. Somente nos últimos anos, com o advento da Internet e o desembarque de informações econômicas na televisão, essa situação começou a mudar.

O que foi comentado sobre os aspectos formais também pode ser transferido para o estilo literário e narrativo, que em muitas ocasiões é negligenciado devido à necessidade de precisão e à comunicação com os códigos dos especialistas. Esse conservadorismo formal e visual, e uma certa monotonia no modo narrativo, respondem à própria natureza dos assuntos econômicos [...].

Algo semelhante acontece com a questão do interesse. O interesse informativo tem componentes de proximidade, apelo pessoal, familiaridade, estranheza, conflito etc., alguns dos quais são difíceis para muitos cidadãos encontrarem em grande parte do conteúdo econômico. Muitos eventos são distantes, frios, meio compreensíveis, sem impacto pessoal claro, em grande parte anônimos, apenas estatisticamente reais e não exatamente atraentes

para serem incorporados à nossa conversa cotidiana. Além disso, a economia é uma ciência e uma atividade de meios, não de fins (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 55, tradução nossa).

Com os autores brasileiros dessa literatura específica, quase sempre é possível detectar o cuidado em repassar ensinamentos que demonstram como os jornalistas de economia podem e devem fugir de uma linguagem especializada problemática. Desde Quintão (1987, p. 108) são feitas advertências sobre como “a linguagem técnica elitiza a informação prestada pelo Jornalista de Economia que, apesar disso, insiste em usá-la”. Por essa razão ele já ressaltava que o tecnicismo da linguagem não é um problema só para o público em geral ou então um público menos iniciado na área:

[...] como a linguagem utilizada pelo Jornalismo Econômico é híbrida – um pouco de jargões das operações de mercado e um pouco de categorias da ciência econômica – alguns textos representativos das operações de mercado não são devidamente compreendidos nem mesmo por economistas, acontecendo o mesmo com os *Grokers*, industriais e banqueiros quando o texto é excessivamente acadêmico (QUINTÃO, 1987, p. 108-9).

Se não esboça uma classificação estruturada para os erros de linguagem do jornalismo econômico – como existe em Coca García & Díezhandino Nieto (1991; 1998) –, Kucinski (1996) é o autor brasileiro que mais se aproxima disso. Pois em sua abordagem deste subtema, ele ressalta os eufemismos que são tão frequentes na área. Segundo o autor (KUCINSKI, 2007, p. 169), isso acontece principalmente porque a linguagem do jornalismo econômico acaba debilitando a força dos acontecimentos com expressões como “crescimento negativo” ou trocas da seguinte natureza: “‘plano de ajuste econômico’ em vez de plano recessivo”. Neste subtema da linguagem especializada, a contribuição teórica de Kucinski (1996) merece destaque entre os autores do corpus:

O recurso dos jornalistas que não entendem bem o tema de que estão tratando é o de se protegerem com as palavras difíceis do jargão dos economistas e com expressões do inglês. Daí a disseminação deste vício que se tornou característico do jornalismo econômico brasileiro: o “economês”. Por exemplo, usar “demanda efetiva” só porque o entrevistado, um economista, referiu-se à “demanda efetiva”. Na cabeça do economista, “demanda efetiva” é um conceito que faz parte da técnica keynesiana e de sua linguagem. Mas o jornalista só pode saber que na maioria das

situações demanda efetiva designa o mesmo que simplesmente demanda, se tiver entendido claramente o conceito de demanda. Só quando se conhece o conceito é possível simplificar e usar metáforas ou imagens, sem comprometer a precisão da informação. E não se deve usar palavras da língua inglesa para as quais existe correspondente em português, tais como *performance* em vez de desempenho, ou “planta” (de *plant*) em vez de fábrica (KUCINSKI, 2007, p. 169).

Basile (2002) acrescenta outro problema à demasia dos termos técnicos que comprometem a linguagem. Ele denuncia que “o excesso de números e estatística esconde uma falta de ponto de vista, de foco sobre o que se quer mostrar. Como não há clareza sobre, afinal, do que se trata a matéria, ela fica escondida debaixo de informação sem significado relevante” (BASILE, 2012, p. 127). A sua crítica, porém, é completa porque inclui o que os jornalistas devem ter em mente para escrever utilizando uma linguagem especializada tão adequada quanto importante para o público que recebe a notícia:

No jornalismo econômico você estará escrevendo para pessoas que, de um jeito ou de outro, estão interessadas em dinheiro: como produzir, consumir, poupar e investir dinheiro. São profissionais, executivos, trabalhadores e empresários, jovens e velhos, homens e mulheres, de todas as raças e credos, que estão interessados em saber algo a respeito de dinheiro (BASILE, 2012, p. 124).

Em suas observações práticas, Caldas (2003) não faz nenhuma concessão à linguagem do jornalismo econômico frente à linguagem de outros tipos de jornalismo especializado. Apesar de toda a precisão e complexidade dos dados que esta especialização jornalística requer, a autora faz uma recomendação no sentido de facilitar o entendimento da informação econômica pelo grande público em geral.

Ora, a linguagem jornalística é uma só. O texto sobre o déficit fiscal do governo deve ter a mesma simplicidade, objetividade e clareza de outro que descreve um confronto entre policiais e traficantes na favela ou daquele que narra a súbita disposição de Romário em disputar a bola com o adversário. O que muda é apenas o tema. Se o leitor não entender o que leu, é porque o jornalista não cumpriu sua função básica de informar. Escreveu como se fosse um burocrata e não como um bom repórter. O empresário tem lá seu vocabulário próprio, o economista lança mão de expressões técnicas da ciência econômica, o ministro fala no linguajar escorregadio do governo. Mas o jornalista deve ter preocupação e preparo para interpretar o que ouviu desses personagens e, ao escrever, traduzir tudo em linguagem simples e objetiva, capaz de ser entendida por qualquer

um, do porteiro de seu prédio ao mais importante empresário do país (CALDAS, 2012, p. 9-10).

Por sua vez, Lene (2013) completa o consenso entre os autores do corpus que desenvolveram tal subtema frisando a sua importância. Neste caso, entretanto, a preocupação com a linguagem especializada do jornalismo econômico aparece graças a uma das muitas descobertas que a autora faz em seu livro, que se detém à cobertura da imprensa nos diferentes planos econômicos implantados no Brasil, para combater a inflação, entre 1986 e 1994 (porém, se estendo até o ano da primeira crise cambial enfrentada pelo Plano Real, que é 1999).

De um lado, a abrangência do trabalho autoral de Lene (2013) diagnosticou a presença de uma “linguagem jornalística” com “narrativa mitológica”, na cobertura do Plano Collor I, ao colocar alguns dos personagens centrais em “categorias existentes de herói, vilão, bom e mau”. Algo que, sem dúvida, também remete à linguagem bélica do jornalismo econômico vista anteriormente nos autores Coca García & Díezhandino Nieto (1991; 1998). De outro lado, a autora (LENE, 2013, p. 336) conseguiu atestar uma mudança positiva na linguagem utilizada até mesmo como “uma estratégia de adaptação da imprensa” brasileira, mediante “uma necessidade de sobrevivência no mercado”, entregando ao público “notícias mais didáticas”.

Assim, é possível verificar que a narrativa da imprensa de economia adotou um direcionamento mais pedagógico, que se estabelece por meio de uma linguagem menos tecnicista. O jornalismo passou a atender a uma demanda crescente do leitor por informações sobre os impactos desses pacotes em suas vidas. O jornalista dessa área, por sua vez, passou a atuar voltado para atender a um leitor “consumidor-espectador-cidadão” (LENE, 2013, p. 336).

De qualquer forma, porque o texto e sua correta linguagem especializada são essenciais para o jornalismo econômico, os autores Quintão (1987), Kucinski (1996), Basile (2002), Caldas (2003) e Lene (2013), ao abordar tal subtema em seus livros, cooperam uma vez mais para o saber dessa área específica na literatura brasileira. Ainda que a necessidade de formação do jornalista de economia tenha, certamente, consequência sobre a sua produção textual, não é possível condicionar um subtema, o da formação dos profissionais, a outro, o da linguagem especializada. Pois, como foi trazido anteriormente, se a linguagem do jornalista de economia sem formação pode ser insuficiente devido a sua própria carência de entendimento, o

contrário também acontece quando, mesmo dispondo de conhecimento técnico, o jornalista de economia resvala em problemas de linguagem que mais têm a ver com o excesso de termos específicos. Exatamente por não traduzir para o público nos moldes jornalísticos as informações apuradas.

3.5. OS PRINCÍPIOS ÉTICOS

A ideia de que existe um padrão de linguagem e outros padrões dentro da atividade jornalística que devem ser observados pelo jornalismo como um todo, incluindo aí o tipo especializado em economia, provoca repercussão sobre a ética dos profissionais envolvidos. Isto porque, como salientam os autores dessa literatura específica, é graças à observação e aplicação de tais modelos que o jornalista de economia pode salvaguardar o seu trabalho e a sua credibilidade e, assim, não incorrer na falta de ética.

Atualmente, a informação econômica é uma das áreas de especialização jornalística de maior impacto social, uma vez que seu conteúdo tem um impacto especial no cotidiano de todos os cidadãos. A influência que essas informações provocam na sociedade em geral, mas, em particular, em seus estamentos políticos e econômicos, como Governos, partidos políticos, empresas, instituições financeiras e grupos socioeconômicos em geral, bem como seu vínculo com centros de poder e grupos influentes, tanto públicos quanto privados, fazem dela uma das áreas de informação mais propensas a vazamentos e tentativas de manipulação ou pressão. O melhor antídoto contra isso é abusar no uso das regras jornalísticas até os extremos de seus padrões. Uma informação precisa, objetiva, clara, suficiente e rigorosamente contrastada é a única arma disponível para jornalistas de informações econômicas se defenderem de pressões exógenas e endógenas (que também existem). Precisão, rigor e veracidade, atributos de um jornalismo de qualidade e de um jornalismo independente, exigem a confirmação dos fatos e a verificação dos dados tratados, bem como a retificação oportuna dos erros cometidos. Isso é especialmente importante no jornalismo econômico, assim como é evitar conluios com poderes políticos e econômicos, a fim de evitar cumplicidades que condicionariam a prática do jornalismo (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 116, tradução nossa).

Em nome da ética profissional que o jornalista de economia deve sempre obedecer, é que os autores dessa literatura, sempre que possível, enfatizam os diferentes ditames relacionados a tais princípios. Dos exemplos mais simples para ilustração, tanto do que deve ser feito como principalmente daquilo que deve ser

evitado, passando por verdadeiros exercícios que querem indagar a consciência dos interessados em trabalhar nesse ofício, o que os autores estão tentando fazer é estimular as melhores práticas jornalísticas.

O que, de maneira instrutiva, não passa apenas pelas ações corretas, mas em especial pelas práticas que são também preventivas e que devem ser mantidas na rotina dos jornalistas de economia, por exemplo, quando selecionam suas fontes. Arrese & Vara Miguel (2016) evidenciam como isto pode ser feito e o porquê de ser tão importante fazê-lo. Não se trata somente de resguardar a ética como um bem da informação econômica para o público, mas inclusive de resguardar o profissional que obedece à ética para realizar um bom jornalismo que, é certo, precisa contar com a diversidade de opiniões.

As fontes fornecem pluralidade: a economia é uma ciência social e, como tal, pode ser discutida. Não é de surpreender que se diga – não sem algum sarcasmo – que é a única ciência na qual dois cientistas poderiam ganhar o Prêmio Nobel por dizer exatamente o contrário. Em seu objetivo de oferecer um contexto e conhecimento que permita ao leitor se encarregar da relevância, importância e também das discrepâncias que possam existir em torno de uma questão pública de natureza econômica, os jornalistas tendem a usar fontes muito diversas, que oferecem diferentes perspectivas e visões sobre o mesmo fato. Além disso, o uso de várias fontes permite que o profissional da informação se proteja de alegações de viés de informação (ARRESE & VARA MIGUEL, 2016, p. 60, tradução nossa).

Graças aos relatos dessa literatura específica, as orientações para os jornalistas econômicos vão se somando neste ideário em que é possível saber até mesmo como, em último caso, lançar mão de uma informação consagrada pelo termo “em *off*”. Isto é, a informação que a fonte pediu ao jornalista que não fosse nem registrada com gravação e menos ainda identificada quanto a sua pessoa. Além disso, quando tratam dos problemas deste tipo de informação e seus perigos, os autores demonstram uma preocupação com jornalistas econômicos que não apenas não evitam a utilização do “*off*” como, realmente, fazem dele a regra, e não a exceção, para suas matérias.

O jornalismo econômico deve ser, e geralmente é, mais cuidadoso do que qualquer outro no uso das informações. A informação econômica, por sua própria natureza, é uma informação que requer maior verificação. Para melhorar sua qualidade e transparência e,

portanto, para torná-la mais credível, a informação econômica deve identificar mais as fontes porque é aquela que possui, quantitativamente, maior disponibilidade de fontes e a maior variedade de áreas e setores de interesse informativo. Se as fontes não puderam ser citadas porque as informações foram obtidas “*off the record*”, é possível usar fórmulas que, sem revelar a identidade da fonte, as aproxime ao máximo possível, como, por exemplo, indicando que é uma “fonte do governo”, “parlamentar”, “política”, “judicial”, “sindicalizada”, “comercial”, “financeira” ou da “bolsa de valores”, entre outras possibilidades (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 126-7, tradução nossa).

Quanto aos autores do corpus de análise, apesar de não mencionar diretamente o subtema da questão ética no jornalismo econômico, é exatamente para isso que Quintão (1987) está sinalizando quando aborda os problemas relativos à “cooptação do jornalista”. O autor exemplifica a dinâmica relembrando que “Nestor Jost”, enquanto presidia o “Banco do Brasil, inaugurou o sistema de viagens” internacionais para os jornalistas da área econômica, durante o período de ditadura militar, a fim de que eles pudessem realizar a cobertura *in loco* (QUINTÃO, 1987, p. 110-1). Assim é que Quintão (1987), via depoimento obtido de Adriano Lopes, denuncia o *modus operandi* de “organismos oficiais” da época tendo em vista a maior divulgação do que se queria noticiar nos grandes veículos jornalísticos brasileiros.

Um dos instrumentos mais utilizados nessa divulgação é a reportagem jornalística feita por um profissional de um grande jornal no local do fato. À busca dessa cobertura, sempre que se vai inaugurar algum escritório ou fechar um importante negócio no País ou no exterior, a instituição responsável leva um jornalista como convidado, de preferência um repórter que já cobre o setor. As regalias e mordomias inerentes a uma viagem dessas são distribuídas igualmente para autoridades e jornalista, sem ônus para este último. Considera-se que há um ganho em termos qualitativos para o repórter, de prestígio para a instituição que promove o evento, e ideológica para o sistema (LOPES citado por QUINTÃO, 1987, p. 111).

Em Kucinski (1996) a “autocensura” do jornalista econômico é citada como “um traço ético”, mas o autor acaba por desaconselhar tal prática em função de achar que, no mais das vezes, ela exerce um papel de “proteção dos interesses dominantes” (KUCINSKI, 2007, p. 178).

Em geral, o jornalista brasileiro não se orienta pelo conceito de interesse público como categoria transcendental, ou seja, acima de critérios de conveniência ou ideológicos. O jornalista brasileiro acredita, em geral, que deve ponderar sobre as consequências da verdade que pretende publicar, sobre quem ou que grupos se beneficiarão dessa publicação, e condicionar sua publicação a esse julgamento. O procedimento usual pela ética do jornalismo das democracias liberais é não condicionar a publicação de uma verdade relevante às suas possíveis consequências, ainda que seja correto e prudente procurar saber quais seriam essas consequências (KUCINSKI, 2007, p. 178).

Além disso, Kucinski (1996) é o único autor corpus de análise a tratar do subtema ética elencando, de forma sucinta, nove tópicos sugeridos que seriam importantes para a formulação de um “Código de Ética” brasileiro dedicado aos jornalistas de economia. São eles: “o primado da informação”, “o primado do interesse público”, “o primado da objetividade”, “a independência do jornalista”, “a moralidade e competência jornalística”, “a prática do jogo limpo”, “o respeito pelo mais fraco”, “o distanciamento crítico das fontes” e, enfim, “a ética no emprego” (KUCINSKI, 2007, p. 180-2). Por maiores que sejam os senões desta pesquisa em relação ao livro Jornalismo Econômico de Bernardo Kucinski, no tocante à ética para este tipo de jornalismo especializado, a contribuição do autor é evidente e não foi levada adiante. Já são 24 anos decorridos desde a primeira edição de seu livro e, por aqui, ainda não existe um documento oficial conforme a sugestão dele. A título de ilustração, a Espanha, que como visto teve um processo mais tardio que o Brasil quanto ao desenvolvimento do seu jornalismo especializado em economia, possui desde 1999 a redação de uma “Proposta de código de ética profissional para o jornalista de informação econômica”, que está registrada em Río Cabrerizo (1999, p. 129-33, tradução nossa).

Basile (2002, p. 172-4), um autor do corpus que persegue os exemplos práticos como quem ministra uma aula, utiliza os ensinamentos do “IRE (*Investigative Reporters and Editors Inc.*)”, uma “associação” que “desde 1983” patrocina um “guia de repórteres investigativos norte-americanos”, para aconselhar uma atividade aos interessados em trabalhar no jornalismo econômico. Segundo ele reproduz, diante de dilemas éticos, deve sempre prevalecer “a regra de ouro” do “e se fosse com você”? Por esse motivo, ele induz ao autoquestionamento que julga ser efetivo, como um treinamento ético, para jornalistas de economia.

Se aquele que você pesquisa infiltrasse alguém na sua redação para saber como você trabalha e apura suas notícias? E se o relato dessa pessoa sobre seus métodos acabasse dando manchete em alguma outra publicação? Como repórteres e editores reagiriam se vissem a troca de e-mails e outras correspondências publicadas na imprensa, sem conhecimento e obviamente sem a autorização dos jornalistas? E se fossem criticados por fontes que não se identificam (BASILE, 2012, p. 174)?

Para abordar tal subtema no jornalismo econômico, Caldas (2003) valeu-se de um caso concreto, ocorrido com um político que “preferiu o silêncio” a ter que “dar explicações”, para ensinar aos jornalistas de economia como eles podem estabelecer relações entre um e outro evento e, o principal, não se deixar ludibriar. Pois, como adverte Caldas (2012, p. 63): “Se não dominar o assunto, o repórter é facilmente enganado e não estará preparado para contestar explicações evasivas ou mesmo duvidosas”. A sua ilustração deixa claro que, por vezes, o jornalista de economia pode, inclusive, identificar uma possível pauta de jornalismo investigativo dentro da cobertura econômica.

O jornalismo econômico não é feito só de déficit público, inflação, taxa de juros ou risco Brasil. Mas é essencial o domínio desses indicadores e do funcionamento dos mecanismos da economia para lidar com fatos que, aparentemente, nada têm a ver com eles. Por exemplo, uma situação de desvio de recursos públicos por um político. Uma semana antes de se afastar do governo do Rio de Janeiro para candidatar-se à presidência, em março de 2002, o governador Anthony Garotinho fez uma retirada fraudulenta de dinheiro da Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Estado do Rio de Janeiro (Previ-Banerj), sacando recursos que só poderiam ser usados para pagar aposentadorias de ex-funcionários do banco (CALDAS, 2012, p. 63).

Trazido para os dias atuais, o questionamento suscitado por Caldas (2003), em nome da ética, parece ser necessário, mas é na verdade imperioso:

Afinal, como devem proceder jornalista e empresa quando a informação é obtida a partir de uma fita gravada de maneira ilegal? Quem grampeia alguém ilegalmente tem algum interesse que, certamente, não é de boas intenções. Ao aceitar veicular a informação, o jornalista tem consciência de estar sendo usado como instrumento de algum interesse suspeito. Quem teve acesso à tal fita de Garotinho afirma que ela continha diálogos comprometedores sobre a vida privada do ex-governador. Seria justificável divulgar também essa parte (CALDAS, 2012, p. 64)?

E, chegando mais uma vez ao campo das distinções, Lene (2013) contém um esclarecimento quanto ao que, em se tratando de ética no jornalismo econômico, é uma atribuição do profissional jornalista e o que é atribuição do veículo. A pesquisa da autora faz isso graças à entrevista feita por ela com o jornalista de economia Joelmir Beting, que lhe relata o que o jornalista da cobertura econômica, mas nem só este, precisa saber a fim de manter a sua ética profissional independentemente dos outros fatores:

[...] 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 do 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 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 (BETING citado por LENE, 2013, p. 436).

Assim, quanto ao subtema da ética, é pertinente atribuir a cinco autores do corpus, que são Quintão (1987), Kucinski (1996), Basile (2002), Caldas (2003) e Lene (2013), tanto um papel de referencialidade como um papel de aproximação nesta história das ideias acerca do jornalismo especializado de economia no Brasil e brasileiro.

3.6. ENTRE A INFLUÊNCIA CONSTANTE E O DOMÍNIO

A maioria dos livros sobre o jornalismo econômico pesa consideravelmente o relacionamento entre jornalistas, sempre em busca de fontes, e assessorias de imprensa, sempre ativas na tarefa de colocar seus assessorados em meio ao espaço mais nobre dos veículos que é o conteúdo jornalístico. Por isso, Ríó Cabrerizo (2016, p. 148, tradução nossa), ao traçar os pontos fortes e fracos do

jornalismo especializado em economia, aponta como “fortalezas”, entre outras características decorrentes de tal relacionamento, tanto a “profissionalização” quanto a “departamentalização” das fontes, e como “debilidades”, por outro lado, figuram a “instrumentalização”, a “institucionalização” e o “dirigismo informativo”. As últimas características, indicativas que são das fragilidades do jornalismo econômico, assinalam o nível de dependência perante as fontes e mesmo a influência delas, haja vista que a informação econômica recebe valor agregado a partir da presença desses analistas.

As assessorias de imprensa de empresas e instituições econômicas são muito poderosas e altamente profissionais. Portanto, a informação geralmente é boa, com uma riqueza de dados e documentação, de modo que o jornalista tende a se deixar levar por ela e não a confronta muito, uma vez que é bastante publicável assim como vem da origem. Essa é uma força que também se torna uma fraqueza, pois, no final, são os gerentes de comunicação que atuam como informantes para o público em geral, passando sobre o crivo do jornalista e seu valor agregado. Além disso, as fontes de informação são unificadas e institucionalizadas pelo que os jornalistas econômicos procuram os analistas econômicos e financeiros para criticar e avaliar essas informações. Mas os escritórios de comunicação sabem disso e incluíram analistas em seu objetivo informativo. A tal ponto que essas poderosas fontes de informação já informam os analistas antes dos jornalistas, de modo que, quando divulgam os comunicados à imprensa, eles já estão ampla e oficialmente informados dos objetivos e estratégias envolvidos nas notícias transmitidas pela instituição (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 144, tradução nossa).

A influência constante das assessorias é, em geral, facilmente percebida no comentário dos autores. Entretanto, alguns problematizam a coexistência ao ponto de inferir uma espécie de domínio por parte das assessorias de imprensa. Abreu (2003), por exemplo, segue essa perspectiva ao compartilhar seu alerta quanto à relação protagonizada pelas assessorias de imprensa muito bem-preparadas e o jornalista especializado que cobre a área econômica.

[...] o jornalismo econômico na atualidade sofre pressões de empresas, que atuam por meio de suas assessorias de imprensa e se comportam como verdadeiros *lobbies* e *contralobbies*. Essas assessorias empregam profissionais altamente qualificados, que deixaram recentemente as redações dos jornais e abriram escritórios de consultoria voltados exclusivamente para as empresas. Os empresários entenderam que precisam de uma comunicação competente com os centros de poder e de decisão, com o Congresso

e o público consumidor, o que os levou a investir na produção da informação (ABREU, 2003, p. 65).

Todavia, há que se lembrar também que a influência das assessorias de imprensa atuando sobre os jornalistas não é uma exclusividade deste tipo de jornalismo especializado. Talvez, como indica Sobrados León (2016), a grande necessidade de especialização por parte do jornalista de economia seja sentida justamente na hora de lidar com este tipo de influência que já está mais do que estabelecida em qualquer campo de jornalismo, especializado ou não.

O fenômeno das assessorias de imprensa também ocorre no jornalismo econômico, assim como uma política mediada, podemos falar de uma "economia mediada". Empresas, bancos, sindicatos, empregadores, etc. têm profissionais encarregados de fornecer informações e prepará-las para a mídia, embora sejam relatórios, estudos, demonstrações de resultados etc. A importância da especialização do jornalista em economia reside precisamente no reconhecimento ou identificação de quais informações são verdadeiras e quais não são, às vezes as empresas ocultam certos dados que podem comprometer seus interesses ou simplesmente disfarçá-los. Isso ocorreu em fraudes como as de duas grandes empresas norte-americanas, como Enron e WorldCom, o esquema de pirâmide de Madoff ou os casos do Fórum Filatélico e Gowex na Espanha (SOBRADOS LEÓN, 2016, p. 30-1, tradução nossa).

Do relato de Quintão (1987), primeiro autor do corpus, até a problematização que Puliti (2013) faz quanto ao papel das assessorias de imprensa atuando sobre o jornalista econômico, esta relação varia no tempo e no espaço no sentido de ser cada vez maior e, portanto, mais perceptível. É oportuno acompanhar a evolução das ideias dos autores do corpus até mesmo para poder avaliar se o caso é de influência constante ou mesmo de domínio.

Sobre a época da censura imposta pela ditadura militar, especialmente entre o final dos anos 1960 e o início dos anos 1970, Quintão (1987) deixou assinalado para a literatura brasileira específica como, na esfera das empresas estatais, acontecia uma espécie de blindagem da informação. Assim, sobre as assessorias de imprensa das instituições do Estado, ele comenta que “estas funcionam apenas numa direção: tecer louvores aos feitos oficiais” enquanto, pelo lado da iniciativa privada, as instituições também trataram de criar “suas assessorias, jornais e boletins” (QUINTÃO, 1987, p. 113). No Brasil, nasciam assim algumas práticas que se tornaram recorrentes nos anos e décadas a seguir.

Por essas razões, multiplicam-se os *releases*, “recados”, e *briefings* oficiais: muitos ministros e empresários falam aos jornalistas através de mensagens ditadas aos seus assessores, que as transmitem mimeografadas à imprensa. A fórmula leva automaticamente⁵² os assessores de imprensa – alguns jornalistas – à formulação de estratégias de proteção dos dirigentes contra a investida dos repórteres (QUINTÃO, 1987, p. 113).

Neste subtema, Basile (2002) difere dos demais autores do corpus porque volta suas atenções não para os jornalistas da cobertura econômica, mas sim para quem trabalha em assessoria de imprensa pertencente a uma empresa e, assim, tem de lidar com esses jornalistas. Dessa forma, Basile (2012, p. 53) aconselha que, dentro da “empresa”, precisa ser criada uma “cultura de compreensão dos valores, rituais e pressupostos de trabalho com os quais operam os jornalistas”, sempre tendo em vista a articulação de “relações saudáveis” entre assessorias de imprensa e “os meios de comunicação”.

Mais do que simplesmente problematizar a relação assessorias de imprensa e jornalistas de economia, o trabalho autoral de Caldas (2003) deteve-se em mostrar o porquê da existência das primeiras é tão importante. Por isso, Caldas (2003) explica:

Elas surgiram a partir dos anos 80 e de forma desorganizada, da necessidade crescente de empresários e funcionários do governo se comunicarem com o público. Executivos não conhecem a mecânica de funcionamento de um jornal, revista ou emissora de televisão, as características de cada um, quem é o jornalista especializado no setor de sua empresa, como responder a uma pergunta incômoda. Precisam, portanto, ser treinados por alguém experiente, que conheça essa engrenagem. E de todos os segmentos do jornalismo é o de economia o mais procurado para executar essas funções (CALDAS, 2012, p. 37).

Por meio da entrevista que realizou com o jornalista econômico Joelmir Beting, Lene (2013) pode extrair dele um comentário que, por assim dizer, lança luzes quanto à influência das assessorias de imprensa. Porque ao questionar-lhe sobre a dependência que “o jornalismo econômico brasileiro” tem “das fontes oficiais” (LENE, 2013, p. 435), que com toda certeza se relacionam majoritariamente com os jornalistas econômicos via assessorias de imprensa, Lene recebe uma resposta tão esclarecedora quanto, no âmbito dos órgãos públicos, exemplificadora

⁵² Em Quintão (1987, p. 113) lê-se: “automaticamente”.

da importância do Estado e suas fontes nos diferentes setores cobertos pelo jornalismo econômico:

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 (BETING citado por LENE, 2012, p 435).

Puliti (2013, p. 68) destaca um pouco da relação entre assessorias de imprensa e jornalistas, dentro do jornalismo especializado em economia, mencionando que, desde o “início dos anos 1980”, elas correspondem ao maior “mercado de trabalho para os jornalistas”, já que, efetivamente, as assessorias de imprensa terceirizadas ou corporativas são as “maiores contratantes de jornalistas no Brasil”. Apesar de toda a presumível influência das assessorias de imprensa sobre os jornalistas da cobertura econômica, Puliti (2013) esclarece sobre o relacionamento de interesse mútuo:

As assessorias devem também criar agendas noticiosas para que seus clientes tenham o que falar, mas sempre tendo em mente que a decisão de definir a matéria é domínio do jornalista. O assessor de imprensa tem a vantagem de dominar o processo jornalístico, de forma a gerar fatos/dados de seus clientes com forte potencial de virar notícia. O email é hoje o contato primeiro entre as assessorias e os jornalistas. Mas distribuir sugestões de matérias por correio eletrônico não garante conquista. Os jornalistas de veículos impressos precisam de material diferenciado, exclusivo e de boa qualidade. Então, os assessores de imprensa procuram estabelecer um relacionamento mais pessoal com os repórteres de suas áreas de interesse: telefonam com frequência, chamam para coletivas e para encontros exclusivos com as fontes (PULITI, 2013, p. 69-70).

Como é possível depreender a partir do confronto de ideias entre os autores do corpus que trabalharam este subtema (QUINTÃO, 1987; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; LENE, 2013; PULITI, 2013), talvez, parte dos problemas vislumbrados por alguns deles diga mais sobre o modelo de negócios adotado pelos

veículos jornalísticos e a forma como seus donos administram as empresas – sem reter os jornalistas mais qualificados – do que, necessariamente, sobre a atividade legítima dos empresários que investiram nas assessorias de imprensa. Além disso, em meio a essa história das ideias, o que se observa é uma influência constante que não deve ser confundida com um domínio porque, efetivamente, quem decide a pauta e sua abordagem é o jornalista de economia dos veículos, em que pese o fato de que eles estão submetidos às exigências de seu empregador e, quando não, a algum tipo de precarização do trabalho. São as “pressões endógenas” de que fala Ríó Cabrerizo (2016).

Portanto, aos autores da literatura brasileira sobre jornalismo econômico – e mesmo a quem busca o conhecimento da área acessando seus livros – é fundamental e recomendável que haja equilíbrio ao olhar para essa relação e começar a identificar problemas. Contudo, a partir de uma perspectiva comparada, é importante considerar dois pontos quanto ao trabalho realizado pelo jornalista de economia. O primeiro é que, talvez, as pressões endógenas sejam maiores, mais significativas do que as recorrentemente atribuídas e, até certo ponto, presumíveis pressões exógenas sobre tal tipo de jornalismo especializado. O segundo ponto é, antecipando o próximo e último subtema dessa história das ideias, conseguir distinguir quando uma pressão endógena existe simplesmente porque houve, por exemplo e para não evocar outros fatores, uma alteração no próprio ambiente econômico ou no modo de produção jornalística.

3.7. MEIOS QUE MUDAM O MERCADO

Uma mudança impositiva. É o que está demonstrado nas ideias presentes nos livros dessa literatura específica quanto ao subtema que é a virtualização dos mercados. Possivelmente interpretada como a principal mudança sobre o trabalho do jornalista de economia, numa espécie de pressão exógena, a celeridade dos processos é enfatizada por seus diferentes aspectos.

As redes de informação e as redes sociais, integradas em nossa vida cotidiana, e os avanços tecnológicos em torno da telefonia móvel, em perfeita simbiose, criaram uma verdadeira aldeia global onde as pessoas podem se comunicar, se informar e tomar decisões em tempo real, de modo imediato e a baixo custo. A informação deixa de ser um patrimônio exclusivo de poucos para ser compartilhada por muitos de forma rápida e indiscriminada. Se abraçarmos o axioma de

que uma sociedade informada é uma sociedade formada, as novas redes de informação são aquelas que estão introduzindo a solidariedade global, pois oferecem oportunidades iguais para todos. A informação global abriu as portas para a economia global e, portanto, fez subir ao pódio as informações econômicas (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 119, tradução nossa).

Toda vez que a literatura específica sobre jornalismo econômico aborda o subtema da virtualização dos mercados, ela está remetendo a essa urgência. Algo que sem dúvida, como observou Ríó Cabrerizo (2016), acentua o papel da informação econômica para além da própria esfera econômica. Não se trata apenas, por exemplo, de uma migração ou uma transposição de plataforma midiática para os veículos especializados disponibilizarem o seu conteúdo jornalístico de economia com mais facilidade para quem o busca. Porém, neste sentido, é útil perceber como essas alterações, que parecem perfeitamente capazes de atender a necessidade de dados precisos e muito bem-explicados – o que sempre foi uma condição requerida pela informação econômica –, se apresentam para os veículos. Pois isso é o final de um processo muito mais complexo.

Existem muitas vantagens oferecidas pela Internet nesse novo cenário: imediatismo, capacidade de interpretação e explicação, globalização e capacidade de relacionar empresas e clientes. Sem dúvida, as grandes transformações da imprensa financeira foram as versões online de jornais especializados e a coexistência delas com portais ou blogs profissionais que oferecem ao internauta a informação econômica mais completa. Após o colapso tecnológico, poucos sobreviveram, mas os que o fizeram são seguidos de perto pelos apaixonados pela economia. A facilidade de acesso imposta por uma edição digital está ganhando popularidade e a rivalidade que mantém com outras publicações em papel é um fato (CALVO, 2016, p. 191-2, tradução nossa).

Na cadeia de alterações produzidas pelos novos meios tecnológicos interligados em escala planetária, residem transformações muito mais profundas que são anteriores ao processo de adaptação dos veículos especializados diante de tal realidade. De acordo com a complementação de Calvo (2016), o que muda é a própria configuração do mercado onde outrora coexistiam, em frentes separadas, os negócios das empresas de informação econômica e os negócios das empresas financeiras. O que a leva a comentar:

Assim, as próprias empresas financeiras começaram a competir com a mídia especializada em economia, justo em uma época de bonança econômica que incentivou o interesse de muitos cidadãos por questões financeiras, o que explica, de alguma forma, a proliferação de serviços de informação econômica, empresarial e financeiras na Internet (CALVO, 2016, p. 176, tradução nossa).

Ao entrar no subtema da virtualização dos mercados, os autores dessa literatura específica podem explorá-lo de diferentes formas, mas sempre estão tentando exemplificar a dinâmica. Em geral, isso acontece trazendo casos concretos experimentados pelos veículos e empresas relacionados ou, justamente, demonstrando em que a informação econômica do jornalismo especializado poderá ser mais importante para o seu público/consumidor.

No jornalismo econômico, além disso, o sucesso virá da mão do serviço que ele oferece ao cidadão para facilitar a tomada de decisões sobre sua poupança e investimento. É um jornalismo de utilidade, de assistência, que tem o ponto de vista além da informação: na análise e interpretação dos fatos. Uma informação objetivada, analisada, com valor agregado em sua interpretação, é uma informação essencial no jornalismo econômico para separar a propaganda das fontes e buscar a pureza da informação e suas consequências. Essa é a única maneira de fornecer ao consumidor de informação econômica os parâmetros necessários para que possa decidir sem risco, ou minimizando-o ao máximo possível, seus investimentos (RÍO CABRERIZO, 2016, p. 120, tradução nossa).

No tocante aos autores brasileiros analisados, vem de Kucinski (1996) o mérito por introduzir a virtualização dos mercados entre os livros do corpus. Na verdade, o tratamento dado por ele a um dos subtemas mais contemporâneos deste tipo de jornalismo especializado é, sem dúvida, completo. Uma vez que o impacto dessa transformação sobre os veículos que fazem a cobertura da informação econômica, de forma especializada ou generalista, é tão impositivo que ele desvenda a situação para os interessados: “O meio de informação tornou-se o próprio mercado” (KUCINSKI, 2007, p. 158)⁵³. Pois, de acordo com sua explicação, trata-se do “caráter das transações, na sua maioria posições de compra e venda futura que não representam bens e serviços” e que se valem da utilização “dos mesmos meios eletrônicos que informam as cotações” (KUCINSKI, 2007, p. 158). O

⁵³ A elucidação de Kucinski (1996) é oportuna ainda que esteja parafraseando, sem o devido crédito, a célebre máxima de Marshall McLuhan (1964): “O meio é a mensagem”.

que fica tipificado na literatura brasileira sobre jornalismo econômico na seguinte contribuição do autor:

Com a crise do dólar de 1971, na qual se quebraram as paridades fixas entre moedas, seguindo-se repetidas convulsões nos mercados, tornou-se vital para os bancos receberem informação instantânea de câmbio. Para isso a Reuters introduziu o *Monitor Money Rates*. Usando novos recursos da informática e da transmissão eletrônica, os meios de informação tornaram-se os agentes da articulação do processo de globalização financeira. Com essa crise, as agências de informação econômica, especialmente a Reuters, tornaram-se empresas poderosas, de inserção estratégica na economia mundial e altamente capitalizadas. A Reuters investiu pesadamente nos novos sistemas de informática, comprando cerca de dez grandes empresas. Em 1980, vencendo a resistência dos bancos e valendo-se do apoio dos investidores institucionais, como os fundos de pensão, que tinham mais interesse na democratização da informação e na competição, a Reuters passou a operar o primeiro sistema pelo qual a transação era fechada através do serviço de informação, o *Reuters Monitor Dealing*. O assinante informava-se das cotações e fechava negócios pelo mesmo serviço. Criava-se assim o mercado mundial financeiro eletrônico, pelos meios eletrônicos, que tinha como outras características a instantaneidade e a universalidade. Esse mercado opera 24 horas. A Reuters tornou-se também a principal fornecedora mundial de informação econômica, operando quatro serviços em tempo real, coletando informações de 153 bolsas de valores e 3500 assinantes. Sua última iniciativa foi a introdução da RF-TV, que dá ao agente econômico informações com imagens, na tela do computador. Simultaneamente as bolsas de valores de Nova York, Londres e Tóquio foram implantando os sistemas de cotação de ações e depois sua negociação direta via computador, sem a necessidade de as ordens passarem pelos pregões das bolsas. A Reuters obtém 75% de seu faturamento na transmissão de informações econômicas (KUCINSKI, 2007, p. 158-9).

A mesma Reuters citada por Kucinski (1996) é decisiva em Lachini (2000) quando o autor recupera como foi que a virtualização do mercado chegou e operou mudanças significativas no contexto do veículo *Gazeta Mercantil*. Incluindo aí a ampliação dos negócios geridos pela empresa. Segundo ele enumera, o “Centro de Informações” do veículo, já em “1983”, “desejava implantar no Brasil o sistema francês de transmissão de dados que ficou conhecido como ‘Teletexto’”, mas “que não se impôs em nenhuma outra parte do mundo”, a não ser “na França” (LACHINI, 2000, p. 211). Na *Gazeta Mercantil* o sistema ficou conhecido como Videotexto, explica Lachini (2000), e depois de uma visita do responsável pela área à Agência

Reuters, em Londres, foi que finalmente a ideia de um serviço de transmissão de dados obteve prosseguimento no veículo brasileiro:

O Videotexto durou pouco mais de dois anos, mas inoculou na casa o vírus da informação eletrônica. Não era possível uma empresa que estava na tecnologia de ponta, que transmitia páginas inteiras de jornal para impressão simultânea em vários pontos do território nacional, continuar por fora do futuro que se divisava (LACHINI, 2000, p. 211).

Ao iniciar a operação em rede do serviço digital InvestNews, que existia de forma independente ao jornal, a Gazeta Mercantil Informações Eletrônicas (um braço do veículo de igual nome) colocava à disposição dos assinantes do serviço o seu principal ativo em volume e acessibilidade de uma forma jamais possível na tradicional mídia impressa jornal. O serviço estava disponibilizando predominantemente “o número de informações, balanços e cadastros de mais de 11 mil empresas e cerca de 400 grupos econômicos” (LACHINI, 2000, p. 215). Em mais um demonstrativo de como a virtualização integra o meio financeiro e as empresas de comunicação, neste caso um jornal especializado em economia, Lachini (2000) explana como era o funcionamento e quem estava à frente do serviço em meio a um Brasil pré-Plano Real, onde o valor da moeda era sistematicamente corroído pela inflação.

Marina Mitiko Shimamoto foi a primeira gerente de Mercado da GMIE [Gazeta Mercantil Informações Eletrônicas], que criou a marca InvestNews e vendia um serviço absolutamente inédito no Brasil, dirigido inicialmente para a área financeira das companhias. Era novo porque oferecia interação com os clientes, respondendo em tempo real a questões fundamentais para os operadores, naqueles tempos de inflação galopante. As telas interativas de LTN, CDB e fluxo de caixa calculavam automaticamente a taxa de overnight, CDB e até um gráfico para visualizar os valores corrigidos para cada ativo financeiro. Uma consulta ao terminal do InvestNews demorava 30 segundos e oferecia, além das telas interativas, dados sobre CDI, títulos públicos, dólar, juros no mercado interno e internacional, moedas, ouro, atualizados dezenas de vezes durante o dia. Marina trabalhava com três operadoras ligadas ao mercado por telefone (LACHINI, 2000, p. 212).

Na briga por este mesmo mercado de informação econômica a partir da virtualização, Caldas (2003) é a primeira autora do corpus a comentar o caso protagonizado pela Agência Estado. Entre outras coisas, a inserção da empresa de

informação neste mercado mostrou-se capaz até mesmo de cobrir rapidamente os prejuízos acumulados até então.

A Agência Estado foi a primeira empresa, no Brasil, a perceber que a informação transmitida por meio eletrônico, via computador, criaria um novo paradigma e um mercado inédito, que se abria e pedia para ser explorado. No início dos anos 1990, esse mercado era privilégio de países ricos da Europa, Estados Unidos e Japão. “Em 1988, a Agência Estado tinha prejuízo de R\$ 400 mil. Em 1991, elevamos o faturamento para R\$ 4 milhões e saímos do vermelho. Hoje, em 2003, faturamos R\$ 90 milhões e empregamos 430 pessoas, entre elas 141 jornalistas”, conta Rodrigo Lara Mesquita, diretor-geral da AE desde 1988 e terceiro dos quatro filhos do diretor responsável do *Estadão*, Ruy Mesquita (MESQUITA citado por CALDAS, 2012, p. 94).

Além disso, o livro de Caldas (2003) ilustra as dificuldades inerentes à empresa brasileira tendo em vista o seu processo de virtualização. Mais uma vez em um autor do corpus é possível perceber como os veículos nacionais especializados em jornalismo econômico buscam a referencialidade formada pelos veículos especializados internacionais que se constituem verdadeiras marcas globais.

“Em 1988, houve uma reestruturação do grupo Estado e consegui recursos para transformar ideias em negócios. Fui aos Estados Unidos pesquisar os serviços de informação on-line, mas era difícil aplicá-los no Brasil pois os preços de computadores e o custo de transmissão eram muito elevados. Decidimos contratar a consultoria da Universidade de Navarra (em Pamplona, Espanha), onde funciona um centro de excelência em comunicação, para completar o já iniciado planejamento estratégico da AE. Eu insistia com os acionistas do grupo que a visão da AE era de futuro, olhar para outras possibilidades, não só o jornal. Como fez o *Financial Times*. Os consultores de Navarra passaram 15 dias montando um retrato do grupo Estado para propor um modelo de empresa de informação”, conta Rodrigo Mesquita (MESQUITA citado por CALDAS, 2012, p. 96).

Como um pano de fundo que acaba influenciando as notícias produzidas pelo jornalismo econômico, tal subtema também foi trazido por Lene (2013). Além de fazer observações, a autora explica como este é um cenário mais do que favorável para que o jornalismo econômico tenha, de fato, uma relevância cada vez maior:

O risco move o sistema capitalista e, em consequência, o noticiário sobre os fatos econômicos. Com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação e aumento da velocidade da

informação, o jornalismo de economia foi ganhando importância, porque foi servindo cada vez mais à economia virtual, na qual os fluxos de informação são tão rápidos, abundantes e vigorosos, que passado e futuro passam a ficar comprimidos em percepções sintetizadas no presente (LENE, 2013, p. 413).

No livro de Puliti (2013, p. 94-9), o subtema da virtualização dos mercados nesta literatura específica recebeu mais esclarecimentos se relacionando, inclusive, com os autores Kucinski (2007) e Caldas (2003). Numa demonstração de que a literatura brasileira sobre jornalismo econômico vai evoluindo e agregando conhecimentos para os interessados na área, quando seus autores ou dão continuidade ou minimamente recorrem aos trabalhos anteriores, Puliti (2013) prossegue construindo essa história das ideias por meio do registro que é também um ensinamento:

Com um mercado financeiro crescente e se popularizando, o jornalismo brasileiro também entraria no mundo das agências de informação em tempo real para o mercado financeiro. O ponto de partida foi dado pela Broadcast, hoje chamada *AE News*, da *Agência Estado Ltda*, empresa do *Grupo Estado*, e que em meados dos anos 1990 teve dois novos braços: o *AE Empresas e Setores*, que acompanha as empresas de capital aberto listadas em Bolsas de Valores, e o *AE Agro*, para os investidores em negócios com commodities agrícolas e grandes produtores rurais. A *Agência Estado* é a única que domina o mercado de notícias tempo real em um país. Em todos os outros países, esse mercado é detido por *Reuters*, *Bloomberg* ou *Dow Jones* (PULITI, 2013, p. 95-6).

Ambos os autores, Basile (2002) e Fiera (2018), optaram por discorrer sobre a virtualização contextualizando o processo e dimensionando o poder de alcance das mudanças decorrentes. O comentário de Basile (2012, p. 239) volta-se para a realidade do Brasil ao explicar que “os países subdesenvolvidos e os emergentes do mundo”, devido à “produção” que “se organiza através de um fracionamento de cadeias produtivas”, obedecem ao movimento “ditado pela pulsação dos mercados centrais”. Já Fiera (2018) compartilhou sua percepção relativa às profundas diferenças temporais e materiais trazidas pela virtualização:

A potencialidade dessas mudanças políticas foi exponencialmente amplificada pela revolução tecnológica trazida pela telemática, que é a combinação entre as telecomunicações e a informática. Esta permitiu o deslocamento de enormes massas de capital ao redor do globo, em um contexto de desregulamentação das atividades

financeiras. Ou seja, a globalização financeira difere não apenas do período anterior (simplificadamente chamado de o período de Bretton Woods), em que as atividades financeiras se encontravam restritas, mas também de períodos de expansão financeira “livre” anteriores (período entre 1890-1920), pois nesse caso tínhamos uma expansão da esfera financeira limitada não apenas pelas regras do padrão-ouro como pela possibilidade técnica existente nos dias atuais (FIERA, 2018, p. 48-9).

A recorrência do subtema virtualização dos mercados, entre a literatura brasileira sobre jornalismo econômico, fica comprovada pela preocupação de sete dos nove autores do corpus, que são Kucinski (1996), Lachini (2000), Basile (2002), Caldas (2003), Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018). A respeito do último subtema trabalhado na análise documental comparada empreendida por esta pesquisa, esses autores ratificam a colaboração de seus livros agregando mais conhecimento, no Brasil, para a área do jornalismo especializado em economia.

Na ordem aqui exposta, os sete subtemas detectados e confrontados por esta pesquisa (início, veículos, formação dos profissionais, linguagem especializada, ética, relação com as assessorias de imprensa e virtualização dos mercados), junto aos autores do corpus – quando não em todos, mas na maioria deles –, evidenciaram dois aspectos. Primeiro, a influência – quando não interferência – de um subtema sobre outro. Depois, a aproximação teórica entre os autores, não apenas por trazerem em seus livros esses subtemas, mas especialmente porque, em diferentes momentos, é perceptível que as suas ideias conversam e convergem para o mesmo entendimento. Por outro lado, as maiores divergências entre as ideias apresentadas por eles estão centradas nos subtemas início do jornalismo econômico no Brasil e formação do jornalista de economia. Além disso, foi a partir da aproximação teórica entre os autores do corpus, que são brasileiros, com o referencial teórico dos autores ibéricos o que demonstrou um paralelismo na história das ideias presentes nos livros sobre jornalismo econômico.

Assim, cumprida esta etapa que divisa a pesquisa saindo do geral para o particular, os próximos três capítulos se detêm na apreciação individual de cada um dos nove livros do corpus.

4. A LITERATURA SOBRE JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL: O EIXO ACADÊMICO

De acordo com a classificação que esta pesquisa sugere para os livros em análise, este capítulo reúne e apresenta uma apreciação individual para cada um dos cinco livros que integram o eixo acadêmico. Desta forma, a origem desses livros relaciona os autores Aylê-Salassié Filgueiras Quintão (1987), Bernardo Kucinski (1996), Hérica Lene (2013), Paula Puliti (2013) e Letícia Fiera (2018).

Para além disso, é um traço imanente desses livros a presença de teorias que condicionam a realização dos estudos. Em que pese o pioneirismo de Quintão (1987), que utilizou a técnica de entrevistas quando não havia referencial teórico próprio disponível no Brasil, outras autoras como Lene (2013) e Puliti (2013) também lançaram mão dessa técnica em que os profissionais da área colaboram para a construção de um saber específico.

4.1. AYLÊ QUINTÃO (1987) – O JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL DEPOIS DE 1964

Por mais desinformado ou desavisado histórico que seja o leitor de Q jornalismo econômico no Brasil depois de 1964, após sua leitura já não será mais possível permanecer sem o necessário entendimento político e econômico. Inclusive quanto às motivações que rondam o fenômeno do jornalismo de economia praticado no Brasil desde o início dos anos 1950. Isto é, logo após as definições históricas do Acordo de Bretton Woods (1944) e, acompanhando o espaço-temporal da análise de Aylê-Salassié Filgueiras Quintão, que vai até o final dos anos 1970.

O grande objetivo vislumbrado no livro é o de “detectar a evolução do espaço da primeira página destinados pelos grandes jornais ao noticiário da área de Economia” (QUINTÃO, 1987, p. 137). Seu autor entende e defende a percepção quanto ao crescimento da quantidade de matérias sobre economia no Brasil, de uma forma geral, nos três grandes meios de comunicação da época: a televisão, o rádio e a imprensa. Contudo, a última, representada pelos grandes jornais diários, foi a eleita para comprovar a prevalência dessa temática jornalística frente às demais, no período analisado de 1963 a 1979. Graças às manchetes e chamadas estampadas

nas capas dos tradicionais veículos impressos *O Estado de S. Paulo*⁵⁴ e *Jornal do Brasil*⁵⁵.

O trecho mais emblemático de O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964 é, justamente, aquela passagem capaz de sintetizar o momento em que acontece uma virada de chave na área noticiosa da economia e suas principais consequências. Essas estavam relacionadas não apenas ao jornalismo – ou mais especificamente à imprensa –, mas de modo efetivo diziam respeito a toda uma nação:

O novo Jornalismo Econômico começará a ser percebido, a partir de 1969. Seu papel será o de manter o caráter hegemônico da informação ou da interpretação econômica e financeira de mercado. Ele é o suporte para a euforia da Bolsa em 1971, e os enormes saldos alcançados pela poupança que o Governo vai extrair da população através do sistema financeiro para completar a contrapartida brasileira nos planos e programas de modernização da Economia. Ele é a janela que o investidor estrangeiro, com seu capital e tecnologia, usará para se consolidar, em definitivo, no Brasil, sob a proteção do Conselho de Desenvolvimento Industrial (CDI), do Ministério da Indústria e Comércio (QUINTÃO, 1987, p. 92).

Uma vez explicitado o caráter impactante das proposições de Quintão (1987), quanto à gênese organizativa do fenômeno brasileiro do jornalismo de economia, é possível adentrar nas delimitações deste livro que o presente estudo quer elencar. O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964 é o primeiro estudo brasileiro,

⁵⁴ Originalmente fundado em 1875 como *Província de São Paulo* – portanto, um veículo que à época da pesquisa do livro ultrapassara o centenário –, este jornal diário é referido “como parâmetro para o estudo sobre desenvolvimento do Jornalismo Econômico contemporâneo no Brasil” devido a dois fatores de natureza diferente. Como veículo jornalístico e sob a marca de um total de 124 páginas, em 1954, *O Estado de S. Paulo* alcança o “recorde sul-americano em número de páginas em edições, [...] passando a ser reconhecido como um dos maiores e mais completos jornais da América Latina e do mundo”. Já como empresa jornalística, administrada de modo conservador e bem-sucedido pela família Mesquita, é somente depois do exemplo de *O Estado de S. Paulo*, quando este lança algumas mudanças tecnológicas em sua produção, que vários outros donos de veículos impressos vão fazer o mesmo no Brasil (QUINTÃO, 1987, p. 130-1).

⁵⁵ Por oposição à face empresarial do outro veículo usado na amostragem de Quintão (1987), o *Jornal do Brasil* – que hoje conta com 129 anos de fundação, tendo permanecido apenas como um jornal digital de 1º de setembro de 2010 a 24 de fevereiro de 2018 e retomado a versão impressa entre 25 de fevereiro de 2018 a 13 de março de 2019 – é escolhido porque, naquela época, sempre esteve na dianteira das inovações editoriais e tecnológicas em sua produção. Para além deste motivo, também é citada a sua importância e lugar de destaque entre os periódicos da América do Sul devido a sua qualidade: “Na década de 60 e início dos anos 70, os Cadernos de Jornalismo do JB são altamente procurados como literatura nacional obrigatória para consulta dos alunos das escolas de Jornalismo que começam a se multiplicar pelo País” (QUINTÃO, 1987, p. 134). Em suma, ao escolher para sua análise as primeiras páginas dos veículos *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*, Quintão escolhe, respectivamente, uma referência quantitativa e outra qualitativa da imprensa nacional.

publicado como livro, sobre o tema jornalismo de economia. Por isso, é possível afirmar que o precursor dos trabalhos nesta área é Aylê-Salassié Filgueiras Quintão com seu estudo de tipologia histórico-analítica, que se empenha em fornecer detalhes dos fatos relativos bem como em fazer a devida contextualização da seara econômica nacional e internacional. Com predomínio absoluto do âmbito brasileiro.

O autor transforma seu esforço acadêmico, inicialmente defendido como dissertação de Mestrado, em 1985, junto ao Departamento de Comunicação Social da UnB (Universidade de Brasília), num livro com 214 páginas. O lançamento é realizado em 1987 pela editora Agir. Ou seja, logo após o final dos 21 anos de ditadura militar no Brasil. Não obstante o acontecimento simbólico para o início de uma literatura específica da área, o cuidado deste pioneiro pode ser constatado nos dois anexos riquíssimos que estão inclusos ao final da publicação. “Glossário para se entender o portinglês do economês” é o primeiro deles e traz 29 termos que vão de *approaches*, passando por *country-limit*, *dealers*, *off-shore* e *spread*, até chegar no japonês *zaibatsu*. Tal tipo de serviço explicativo que Quintão (1987) oferece é também uma crítica desse autor ao excessivo estrangeirismo que, por vezes, assola o jornalismo de economia no Brasil. Já o Anexo II, “Dicionário do mercado de capitais e bolsa de valores”, oferece ao leitor a pormenorizada significação de 395 palavras, expressões ou siglas (contadas por esta pesquisa) acerca dessa subcategoria da economia.

A justificativa do autor recai no preenchimento de uma lacuna literária existente, até ali, e que ele próprio demonstra, já na sessão introdutória, ao comentar: “os estudos sobre o assunto estão dispersos em conferências, textos mimeografados, artigos de revistas e jornais que o descrevem de forma excessivamente genérica, deixando sem explicação uma série de aspectos” (QUINTÃO, 1987, p. 21).

São quatro as hipóteses norteadoras do estudo de Quintão (1987, p. 25, 171). A primeira remete à ideia de que a prática, então corrente, do jornalismo econômico no Brasil é desenvolvida “a partir do final da década de 60”. A segunda considera que tal especialidade de “Jornalismo é parte necessária e implícita do desenvolvimento capitalista no Brasil”. A terceira atribui ao jornalismo econômico o papel fundamental de um aparelho “ideológico no Brasil” capaz de legitimar, sob uma aura de racionalidade, os valores da classe burguesa, retirando os holofotes da pauta “política e das expectativas sociais” durante os anos 1970. E a quarta e última

hipótese traz a possibilidade desse jornalismo econômico ter sido, inicialmente, direcionado às “áreas de consumo real” como Rio de Janeiro e São Paulo, onde estava a maioria da classe média brasileira, para só depois, numa segunda fase, atingir as classes periféricas e, assim, ir “alcançando os demais Estados, até tornar-se uma prática generalizada na imprensa de todo o País”.

Sobre o contexto de elaboração de O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964, foi fundamental a gravação de 22 depoimentos de jornalistas radicados na cobertura brasileira do noticiário econômico e reconhecidos por isso. Segundo o autor, houve utilização de “menos de 10%” das quase 40 horas de entrevistas feitas seguindo um roteiro próximo do formal. Acrescente-se ainda a reunião, “ao longo do período de preparação do trabalho”, de entrevistas, opiniões e depoimentos pessoais que os personagens citados conferiram a várias publicações de “editores, repórteres e proprietários de jornais”. Somente desse jeito (QUINTÃO, 1987, p. 27) foi possível fazer “o delineamento histórico do aparecimento e desenvolvimento do Jornalismo Econômico”⁵⁶ tal qual a prática vigente da época. Tal material enriquece a pesquisa de Quintão (1987) sem interferir na análise das capas dos periódicos.

O livro revela uma preocupação do autor com a formação profissional dos jornalistas responsáveis pela cobertura das notícias da área econômica. Dividido em quatro capítulos (I. “Referencial teórico”, II. “O desenvolvimento do jornalismo econômico no Brasil”, III. “Relações de produção da notícia”, e IV. “Hegemonia do jornalismo econômico”), o estudo empreendido por Quintão (1987, p. 136-7) – que foi até a coleção dos arquivos de ambos os veículos – envolveu a seleção de 152 edições em que foram detectadas, no total, 1.320 “chamadas” ou “manchetes” relacionadas à economia.

Com a presença de 668 dessas originárias de *O Estado de S. Paulo* (nos anos de 1963, 1966, 1969, 1972, 1975 e 1978) e outras 652 do *Jornal do Brasil* (nos anos de 1964, 1967, 1970, 1973, 1976 e 1979), a estratégia metodológica utilizada pelo autor para chegar à amostragem foi a de dividir entre os jornais, aleatória e igualmente, seis anos para cada um e, na sequência, apontar 15 dias de um mês

⁵⁶ Aos interessados na evolução temporal do jornalismo econômico no Brasil convém não perder de vista a importância da fala desses 22 personagens referenciais para a história da área. Conforme apresenta Quintão (1987, p. 27), são eles Adriano Lopes, Aloísio Santos, Aloysio Biondi, Aziz Ahmed, Celso Ming, Frederico Heller, Gustavo Silveira, Ismar Cardona, Joelmir Beting, José Chamilete, Matias Molina, Noenio Spinola, Oliveira Bastos, Paulo Henrique Amorim, Pery Rocha, Reinaldo Domingos Ferreira, Ricardo Bueno, Robert Appy, Rolf Kuntz, Rui Rocha, Waldemar Santos e Washington Novaes.

qualquer daquele ano para observar as capas do jornal. O que está listado nos Quadros XXII e XXIII (QUINTÃO, 1987, p. 158-9), os principais entre os 27 quadros elaborados pelo autor e contidos no estudo.

Assim, Quintão contempla 12 anos de um período total de 17 anos observados, que vai de março de 1963 até junho de 1979. Isto é, cerca de um ano antes das mudanças desencadeadas com a tomada de poder pelos militares em 1964 – em que até então os assuntos econômicos apareciam timidamente nos jornais – e, depois, com o arrefecimento do chamado “Milagre Econômico”⁵⁷ e, no âmbito político, com a já próxima assinatura da pleiteada Lei da Anistia (que é de 28 de agosto de 1979). Fator este último que vai fazer ressurgir nas manchetes e chamadas de capa as notícias de cunho político que, por óbvio, estavam solapadas pela censura. O intervalo de tempo fixado para a análise mostra-se bem-escolhido por alguns motivos. Se não de modo a comprovar a hipótese da hegemonia do noticiário econômico frente às demais editorias existentes – que, como refere o livro, eram muito mais sedimentadas junto ao público-leitor –, pelo menos para demonstrar como cresceu o espaço conferido às notícias de economia. Mais do que isso: Quintão expõe como o fenômeno se deu sem qualquer traço de espontaneidade advinda ou dos periódicos ou dos leitores desses. Na verdade até muito pelo contrário, porque a organização, o desenvolvimento e o florescimento do jornalismo econômico no Brasil acontecem, de maneira orquestrada, pelo Governo Militar.

A matriz teórica requerida está galgada principalmente no conceito de “Aparelho Ideológico do Estado” (AIEs), descaracterizado da acepção original do franco-argelino Althusser (1974), para uma abordagem empírica e sociológica da realidade, de maneira progressiva, quanto ao “papel e comportamento dos meios de comunicação, da imprensa escrita e, mais especificamente, do Jornalismo Econômico praticado no Brasil na década de 70” (QUINTÃO, 1987, p. 31)⁵⁸. Ao

⁵⁷ Cabe a um jornalista do *The Economist*, publicação inglesa hoje com 177 anos, o crédito por ter cunhado a expressão que, depois, serviria de mote à propaganda usada pelo Governo para se vangloriar. A fim de descrever o processo de crescimento da economia brasileira, então em fase de aceleração de 1970 a 1974, a reportagem fazia uma comparação das taxas brasileiras de crescimento com as taxas apresentadas por Alemanha Ocidental, Japão e Coreia do Sul no pós-Segunda Guerra Mundial (QUINTÃO, 1987, p. 74).

⁵⁸ Ademais, são vistas as conceituações também marxistas (1979), e as explicações gramscianas (1978) delas, para infraestrutura e superestrutura; o grego Poulantzas (1971) repercutindo Lênin quanto ao “papel do Estado”; e o mexicano Esteinou Madrid (1981) tratando dos meios de comunicação enquanto “partes inerentes às exigências contemporâneas da reprodução do capital e do capitalismo” (QUINTÃO, 1987, p. 25-6).

explicar seu entendimento quanto ao jornalismo econômico, Aylê-Salassié Filgueiras Quintão consegue precisar a importância das ideias de Althusser para seu estudo:

O desenvolvimento desse jornalismo no Brasil apresenta três diferentes conformações: a forma mais primária, representada pelos jornais do comércio, da indústria, pelas seções e colunas de Economia; a forma do Jornalismo de Negócios, aquele voltado exclusivamente para as operações econômicas e financeiras de mercado, prática desenvolvida em particular pela *Gazeta Mercantil*, os boletins (*news letters*) e revistas de Economia; e a forma chamada aqui de Jornalismo econômico propriamente dito, que abrange as duas formas anteriores acrescida de uma abordagem predominante – a da macroeconomia – que vem revestida de uma função ideológica, direcionada para a reprodução dos mecanismos de dominação do capitalismo (QUINTÃO, 1987, p. 26).

Conforme relatado anteriormente, a apreensão com que o autor enxerga a falta de preparo profissional ou mesmo de vivência dos jornalistas que cobrem a área econômica, até o final dos anos 1970, é um traço marcante de O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964. Ele sintetiza a questão evidenciando como não havia mão de obra qualificada para a função. O que desencadeava duas opções para os editores-chefes: ou tentavam trazer os jornalistas mais tarimbados, com mais idade e maior conhecimento geral, de outras áreas, em especial da política, mas também do esporte – o que nem sempre dava certo devido à falta de interesse ou adaptação destes –, ou simplesmente entregavam a função aos iniciantes, que sequer tinham uma visão de mundo mais ampla capaz de auxiliar na interpretação e relato dos fatos de uma editoria complexa. Para ilustrar a dinâmica, Quintão (1987) recorre aos depoimentos, respectivamente, dos jornalistas Paulo Henrique Amorim e Noenio Spinola em dois episódios de teor quase anedótico:

Paulo Henrique Amorim, repórter de assuntos gerais, lembra que por volta de 1970 fez uma extensa reportagem de capa para *Veja*, onde explicava o que era a Bolsa de Valores e como se podia ganhar dinheiro investindo em ações. A matéria é praticamente repetida por todos os jornais, que passam a manter uma cobertura sistemática da Bolsa. Paulo Henrique, que veio a se tornar Editor de Economia do *Jornal do Brasil*, conta que fora escolhido para fazer a reportagem justamente porque não entendia nada de Economia, considerando-o um assunto sem o menor interesse do grande público. Assim, ele teria de descobrir como tornar legível para os leitores comuns um assunto de interesse apenas dos iniciados (AMORIM citado por QUINTÃO, 1987, p. 97-8).

A outra passagem ocorre bem no auge do chamado “boom da bolsa de 1971”, que “começou no Rio de Janeiro e durou quatro meses”, com a influência da cobertura da imprensa sobre a Bolsa de Valores, levando confiança e “demonstrando que qualquer cidadão pode aplicar”. Essa influência também será sentida até entre os profissionais da corretagem acionária. Spinola conta, em entrevista ao autor Quintão, o simbólico caso “do lançamento da Merposa” na Bolsa de Valores de São Paulo. Os corretores em peso avançam sobre as ações fazendo a aquisição sem ter maiores detalhes quanto à empresa. Com a checagem no dia seguinte, eles descobrem a inexistência da empresa bem como o significado de seu nome: uma sigla para “M**** em Pó Sociedade Anônima”. Fora, é claro, o fato de que depois a Bolsa despenca “levando à ruína pequenos poupadores, entre os quais empregadas domésticas e até jornalistas” (SPINOLA citado por QUINTÃO, 1987, p. 77).

Anteriormente, no contexto de 1964, Quintão (1987) indica quem são os verdadeiros mentores do discurso apologético e oficial, utilizado como estratégia política, em prol do noticiário econômico. Os economistas Roberto Campos, Otávio Gouveia de Bulhões e Delfim Netto, que ocuparam os Ministérios do Planejamento e da Fazenda, desde o início do Governo Militar até meados dos anos 1970. A partir deles, tal tipo de jornalismo especializado ganha importância, faz nascer organizada e deliberadamente editoriais de economia nos jornais e demais veículos de mídia como rádio e televisão, e ocupa fisicamente a maior parte e/ou a parte central das notícias.

No Brasil, o florescimento do jornalismo econômico especializado e noticioso – diferente em conteúdo daquele praticado por colunistas e articulistas – deve muito a uma ação de governo. Porque tudo começa com o fortíssimo aparato de assessoria de imprensa montado por Roberto Campos, em 1964, junto à pasta do Ministério do Planejamento, que nem tinha sede própria e era “chamado de Ministério para Assuntos Extraordinários”. A seu favor Campos trazia a experiência acumulada como diplomata do Brasil em Washington – período no qual esteve na delegação brasileira em Bretton Woods. Ele também havia sido um dos criadores do hoje BNDES, durante o segundo governo de Getúlio Vargas, e fora peça-chave no Plano de Metas de Juscelino Kubitschek. Por outro lado, era visto pela imprensa como um “entreguista” subordinado aos interesses dos Estados Unidos. O que lhe

valeu o apelido de “Bob Fields” e a terminante recusa dos irmãos Rocha⁵⁹ a divulgar suas teses via noticiário econômico. Campos contrata, conforme o registro de Quintão (1987), um dos irmãos Rocha para sua assessoria de imprensa que, entre várias ações, cria até mesmo um programa de televisão, “para a discussão dos grandes temas de economia”, na então emissora líder de audiência, a TV Rio. O problema é resolvido com o ministro conseguindo desenvolver “seu discurso tecnocrático junto à imprensa”, que passa a conferir “maior respeitabilidade ao pensamento de Roberto Campos” (QUINTÃO, 1987, p. 67-70).

Quando Delfim Netto chega ao Ministério da Fazenda, em 1967, o que ele faz é elevar ainda mais o nível da superestrutura em assessoria de imprensa que terá a sua disposição. Seus jornalistas preferidos, que sempre são escolhidos para receber informações exclusivas, não estão somente em Brasília e até ganham o apelido de “Delfins Boys” devido ao empenho na propagação de seu ideário em torno de um “bolo”, que precisava crescer para ser “repartido” mais tarde (QUINTÃO, 1987, p. 112).

De acordo com a observação atenta de Quintão (1987), os veículos impressos “transformam Delfim Netto de porta-voz econômico do Governo – a exemplo de Campos – no primeiro ‘superministro’ da República, atribuindo-lhe ainda o apelido de ‘milagreiro’ por colocar em funcionamento aquilo que Campos e Bulhões mantiveram sob a égide da recessão” (QUINTÃO, 1987, p. 127).

Com a estrada mais do que pavimentada entre os pensadores/gestores oficiais da economia brasileira e os responsáveis pela cobertura jornalística especializada, em 1974, Mário Henrique Simonsen é nomeado para o Ministério da Fazenda. O professor de Economia da Fundação Getúlio Vargas chega à pasta envolto pelo respeito que as diferentes categorias sociais e profissionais lhe devotam. “Simonsen ganha o voto de confiança dos jornais que o absorvem e por isso é um dos que mais contribuem para a consolidação do Jornalismo Econômico no País”, assevera Quintão (1987, p. 162-3). Dali a pouco, seguindo a cartilha da não interferência “dos políticos em assuntos de Economia” deixada por Delfim Netto, os repórteres radicados em Brasília para cobrir a esfera econômica serão conhecidos como os “querubins do Simonsen” (QUINTÃO, 1987, p. 112).

⁵⁹ “Os irmãos Rocha teriam sido criadores do *pool* na área econômica. Cobrem individualmente um, dois ou três subsetores e, no final da tarde, reúnem-se no Ministério da Fazenda para trocar entre si as informações colhidas. Qualquer repórter de economia pode participar do ‘troca-troca’, desde que tenha matérias” (QUINTÃO, 1987, p. 57).

Finalmente, a tese do autor quanto à hegemonia do noticiário econômico na primeira página dos veículos *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil* fica comprovada com os dados entabulados na análise realizada. Assim, como está atestado em Quintão (1987, p. 160), percebe-se que *O Estado de S. Paulo* vai diminuindo o espaço até então dado às notícias da editoria Internacional fazendo com que, de 1969 a 1978, elas caiam em presença de “94,2% para 31,7%”. Ao passo que, de 1966 a 1978, seja constatado o crescimento do espaço da editoria Economia em mais de 850% de participação na capa. Pois ela salta de modestos 2,5% para 21,3% de presença, inclusive ultrapassando as chamadas e manchetes da editoria Política, que em 1975 ficam com apenas 8,6% de participação nas capas.

Já no *Jornal do Brasil*, veículo conhecido pela influência majoritária da editoria Política também em suas capas, os dados não impressionam tanto como no caso do primeiro veículo, mas confirmam o despontar da editoria Economia em importância. Ali, entre 1970 e 1979, o espaço atribuído à editoria Política irá decrescer até os 16,3% enquanto o noticiário econômico, no sentido inverso, chegará a uma participação de 27,4% nos temas repercutidos na capa (QUINTÃO, 1987, p. 160).

Além do mencionado engendramento governamental por trás da organização do jornalismo econômico no Brasil, Quintão arremata suas conclusões em torno do lugar hegemônico que o fenômeno passa a ocupar imputando aos jornalistas a parte de responsabilidade que lhes cabe. Uma dinâmica que ele chama de “cooptação” e exemplifica como nem era tão difícil assim encontrar resistência junto aos profissionais jornalistas encarregados da área.

Com os salários acima da média dos salários profissionais da categoria, conforme demonstra a pesquisa, o que lhes permite manter um padrão de consumo de classe média; submetido ainda a um vigoroso processo de cooptação; e diante da ausência de um debate político amplo, o Jornalismo Econômico e o Jornalista de Economia consolidam-se dentro da conjuntura política dos anos 70 como um instrumento veiculador de valores e práticas reprodutivas de um modelo de dominação capitalista burguês contemporâneo (QUINTÃO, 1987, p. 124).

A conclusão de Quintão (1987) em O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964 já destacava a dupla influência sobre o desenvolvimento do jornalismo especializado de economia. Por um lado, a repressão à cobertura política, por outro, a criação de demanda a partir das reformas na economia:

A limitação da atividade política reduz o volume do noticiário dessa área e conseqüentemente seu espaço nos jornais. O incremento da atividade econômica eleva a temperatura das operações no mercado, aumentando o grau de importância do noticiário e da análise econômica: ou seja, o Jornalismo Econômico apresenta um grau de crescimento inversamente proporcional ao grau de inibição a que é submetido o Jornalismo Político (QUINTÃO, 1987, p. 169).

Vale mencionar que a relação de Quintão (1987, p. 80,117-8) com os demais autores e livros deste corpus existe, é futura e engloba cinco personagens. A *Gazeta Mercantil*, objeto central de Lachini (2000), é destacada por Quintão (1987) ante as outras publicações existentes de jornalismo econômico especializado. Também são referidos dois jornalistas, e os respectivos periódicos onde trabalhavam, porque ousaram fazer, no Brasil de então, um jornalismo especializado na cobertura econômica que não fosse simplesmente a reprodução do discurso oficial, pautado e manipulado pelo Governo. Esses profissionais do jornalismo alternativo de economia, como representantes deste tipo de jornalismo, buscaram a contestação das versões dos fatos econômicos em meio à censura e ao regime ditatorial. A saber, pela ordem, os jornalistas Bernardo Kucinski, autor do segundo livro deste corpus, e Teodomiro Braga junto aos jornais *Opinião* e *Movimento*.

Mais recentemente, a partir de 2009, é que Quintão (1987) começa a aparecer como um referencial teórico da área embasando os livros de Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018).

Sem fazer do fato a peça-chave de seu livro, Quintão (1987, p. 88-9) reproduz partes do discurso de Nascimento Brito, então Diretor-Presidente do *Jornal do Brasil*, em março de 1972, por ocasião do lançamento da *Revista Econômica*, uma publicação anual desse veículo. Ali o autor está sendo pioneiro mais uma vez porque antecipa, na literatura brasileira sobre jornalismo econômico, um problema que ao longo do tempo se potencializou. A concentração bancária na mão de cada vez menos instituições financeiras.

“A pulverização de recursos ainda existe no Brasil e pode ser retratada nessas cifras: na França os três maiores grupos bancários mobilizam 80% dos depósitos; nos Estados Unidos 53%; no Japão 36%; no Brasil os 10 maiores bancos privados detêm 38% dos depósitos. Nos outros setores da economia repetem-se os problemas de escala, e a empresa privada ainda perde em dimensão para as

empresas estatais” (NASCIMENTO BRITO citado por QUINTÃO, 1987, p. 89).

Paralelamente à fase oligo ou monopolista do capitalismo mundial, a concentração de mercado dos veículos de mídia impressa no Brasil também foi sentida. Já que vários dos periódicos tradicionais, explica Quintão (1987, p. 89-90), foram à falência nessa época por uma combinação de fatores. Dentre os quais também estava a não obtenção de “privilégios fiscais” e “creditícios” em articulações com o Governo Militar.

A apreciação de O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964⁶⁰ encerra trazendo a ferramenta visual da nuvem de palavras. Graças ao instrumental desta pesquisa, é possível acompanhar e ter dimensão dos 10 termos ou expressões principais e mais 15 auxiliares utilizados pelo autor para contextualizar a economia junto de seu livro sobre jornalismo econômico. No total foram 606 ocorrências de tais expressões porque Quintão (1987) faz um uso adequado delas ao longo dos elementos textuais de seu livro. Visualmente, os termos da listagem seguem destacados num dispositivo, de contato rápido e sintético, que denota o aporte de conteúdo do autor Quintão (1987) para os estudos brasileiros sobre jornalismo econômico.

Assim, a Figura 3 – Nuvem de palavras para Quintão, 1987 reflete desde os nomes do trio de ministros economistas, responsáveis diretos por alavancar o jornalismo de economia no Brasil para um lugar de destaque, “Roberto Campos”, “Otávio Gouveia de Bulhões”, “Delfim Netto” e “Mário Henrique Simonsen”, o chamado “Milagre Brasileiro” que foi a expressão lançada pela revista “*The Economist*”, o “desenvolvimento econômico brasileiro” e seu “modelo econômico” num “período desenvolvimentista”, as “correntes do pensamento econômico contemporâneo”, além da centralidade da “Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL)”, entre outros.

⁶⁰ Em se tratando de uma obra basilar que estuda o jornalismo econômico no Brasil e não tendo sido detectada mais do que uma única edição dela – restringindo a possibilidade de compra aos sebos –, convém ressaltar que, na hipótese de uma nova edição ser lançada, seria necessária uma revisão geral cuidadosa a fim de corrigir os erros encontrados (gráficos, de concordância e outras imprecisões numéricas e nominais) que, de modo algum, comprometem o conteúdo e pioneirismo do livro.

Figura 3⁶¹ – Nuvem de palavras para Quintão⁶², 1987

Fonte: A autora (2020)

⁶¹ A lista completa com 606 expressões ou termos econômicos, ou ligados à economia, detectados por esta pesquisa no livro de Quintão (1987) pode ser consultada no *link* a seguir. Não foram contadas as centenas de expressões dos dois anexos do livro porque elas são elementos pós-textuais. Disponível em: <https://bit.ly/2Yy9cys>. Publicado em: 16 mai. 2019.

⁶² Ver Apêndice A – Perfil de Aylê Quintão na página 202.

4.2. BERNARDO KUCINSKI (1996) – JORNALISMO ECONÔMICO

Após a leitura completa desse livro, é possível que pareça a sensação de que ele poderia, tranquilamente, ser renomeado por alto ou como “Manual prático para jornalistas de Economia” ou como “Pequeno guia histórico-explicativo dos fenômenos econômicos”. Isto porque ele cumpre perfeitamente a tarefa de situar o leitor – quem quer que seja este e não apenas jornalistas dedicados à cobertura econômica – quanto aos principais mecanismos da Ciência Economia e também sobre os mais importantes episódios econômicos em âmbito mundial e nacional. Isto é, o título Jornalismo econômico induz a um raciocínio enganoso quanto ao conteúdo do livro, mas, de fato, ele promove o esclarecimento econômico dos leitores com uma linguagem acessível⁶³.

O livro de Kucinski (1996) é, entre os títulos deste corpus, a referência mais utilizada em se tratando da temática do jornalismo de economia no Brasil. Lançado em 1996 pela Edusp (Editora da Universidade de São Paulo), Jornalismo econômico ganha, no ano seguinte, a maior honraria literária do Brasil que é o Prêmio Jabuti – organizado pela CBL (Câmara Brasileira do Livro). Na 39ª edição da premiação, o livro de Kucinski (1996) torna-se um dos quatro vencedores – sem ordem de colocação – da categoria “Economia, Administração, Negócios e Direito”⁶⁴. O que, provavelmente, ajudou a reverberar até hoje no alcance do livro.

O objetivo primordial da obra é, nas palavras do próprio Bernardo Kucinski (2007, p. 17), fomentar no jornalista desde o “espírito crítico” até os “sentimentos humanistas essenciais” que devem ser caros a esses profissionais. Dividida em 20 capítulos, a publicação “segue uma sequência lógica, mas cada capítulo pode ser lido e consultado separadamente”, frisa seu autor. Na verdade, Kucinski especifica o propósito de que o livro funcione como programa de ensino “de um curso semestral de jornalismo econômico”, que seria ministrado semanalmente com cerca de quatro

⁶³ Sobre o excessivo enfoque deste autor na economia e não no jornalismo econômico – como deveria ser tendo em vista o título de seu livro –, Silva (2016, p. 279) demonstra o mesmo entendimento da presente dissertação ao ressaltar que, “Bernardo Kucinski”, na verdade, “se propôs a escrever um livro que se constitui numa espécie de manual para a compreensão da economia. [...] Entretanto, a obra faz uma análise de interpretação estrita da economia. Talvez onde mais avance seja quando se propõe a criticar a ‘imprecisão da linguagem’ dos jornalistas econômicos. Acaba reiterando os princípios básicos do jornalismo liberal, como a responsabilidade social, o princípio democrático e o problema da ética”.

⁶⁴ Entre os outros três premiados ao lado de Bernardo Kucinski estava o ex-ministro Roberto Campos com seu livro “Antologia do bom senso”, também ganhador do Prêmio Jabuti de Livro do Ano na categoria Não Ficção. Como se vê, Bernardo Kucinski discorre sobre Economia com propriedade, apesar de não ter formação acadêmica na área, tendo sido agraciado por isso.

horas de aula. Contudo, numa simples consulta aos títulos de cada capítulo já é possível perceber que, verdadeiramente, há muito pouco de jornalismo econômico nas 240 páginas do livro, que já está em sua terceira edição revista⁶⁵.

O contexto de elaboração remete ao Pós-Doutorado de Kucinski, que é cursado junto ao Institute of Latin American Studies (University of London) no início dos anos 1990. Ao retornar à Universidade de São Paulo, de onde já era professor titular desde meados dos anos 1980, ele conclui a Livre-docência (1995) com o projeto “O jornalismo econômico e os paradoxos da economia. Elementos para o exercício crítico do jornalismo econômico”. É exatamente esse material que, depois, será transformado no livro Jornalismo econômico. De acordo com a explicação do autor, na transição entre uma versão e outra do trabalho, o livro é publicado tendo como finalidade o “uso didático” e, dessa forma, a preferência foi por “manter o texto livre de referências acadêmicas” (KUCINSKI, 2007, p. 17,19). Todavia, na parte dedicada às referências bibliográficas ao final do livro, ele não se esquivava de mencionar os autores e livros dos quais fez uso e, quando alguns capítulos chegam ao fim, o leitor também pode ir encontrando outras obras e textos adicionais como recomendação. Além disso, ele emprega “uma sucinta seção de indicações estatísticas ou resumos temáticos, úteis para o jornalista de economia”, a fim de conferir mais sentido prático ao seu pseudomanual de jornalismo econômico. Porque, na essência, a tipologia do livro de Kucinski (1996) é a de manual, só que um manual de economia com, vale ressaltar, vasta incidência histórica.

Na sequência tem-se a citação mais emblemática de Jornalismo econômico. Isto porque ela consegue explicar a visão de mundo pertencente ao seu autor, que ao longo da obra se posiciona favoravelmente, de modo aberto, àquilo que ele chama de “antigas teses nacionalistas” – tão em voga no Brasil principalmente na primeira metade do século XX (KUCINSKI, 2007, p. 70). Ele entende que, no cenário brasileiro, o investimento estrangeiro se torna um mecanismo de perda de divisas,

⁶⁵ Os capítulos são 1. “O saber e o conhecimento no Jornalismo Econômico”, 2. “A desigualdade monetária internacional”, 3. “As teorias do subdesenvolvimento”, 4. “Ideologia e formato do balanço de pagamentos”, 5. “A conta de serviços: a conta da dependência”, 6. “Paradoxos do investimento estrangeiro”, 7. “Mito e realidade do Produto Interno Bruto”, 8. “Quem paga o balanço de pagamentos”, 9. “As políticas de balanço de pagamentos”, 10. “Os ciclos econômicos”, 11. “As inflações brasileiras”, 12. “Emprego e salário”, 13. “Globalização e divisão mundial do poder econômico”, 14. “Agências de notícias e virtualização do mercado financeiro”, 15. “A linguagem do Jornalismo Econômico”, 16. “A ética do Jornalismo Econômico”, 17. “A ideologia no Jornalismo de Economia”, e o anexo “Nossa história no balanço de pagamentos” seccionado em 18. “A escravidão da exportação”, 19. “A industrialização precária” e 20. “O autoritarismo exportador”.

atrapalhando as possibilidades de crescimento e ainda mais o desenvolvimento como nação, devido ao alto custo cambial. Ao que constata:

Com o advento do neoliberalismo dos anos 80, essa tese se tornou não só majoritária, mas hegemônica, a ponto de desqualificar *a priori* toda alegação em contrário, considerar o desenvolvimento autônomo como impossível e indesejável, e erigir o capital estrangeiro como “força redentora”, a única salvação dos países de baixa renda. O jornalismo econômico no Brasil é comandado por essa tese, tanto em sua atitude geral como nas minúcias da cobertura. Independentemente de sua validade, é a tese que mais se coaduna com a postura geral subordinativa de uma sociedade que se autodeprecia (KUCINSKI, 2007, p. 69).

Já a justificativa para a publicação tem a ver com a importância central de estudar, desde o Brasil-Colônia, os fluxos relativos ao balanço de pagamentos nacional. Assim, Kucinski advoga em favor da máxima atenção a essa conta para que haja um verdadeiro entendimento da conjuntura econômica brasileira. Não por acaso, o balanço de pagamentos vai ser lembrado recorrentemente pelo autor de modo a confirmar suas opiniões quanto à situação e futuro econômicos do Brasil:

Se esses mecanismos existem, eles podem ser estudados numa das mais simples contas nacionais, o balanço de pagamentos. [...] Tal é a importância do comércio internacional na formação do Novo Mundo, que as principais teorias sobre o fenômeno do subdesenvolvimento na América Latina baseiam-se na análise do comércio exterior, do balanço de pagamentos. Por tudo isso, foi escolhido o balanço de pagamentos como roteiro desse nosso aprendizado da economia brasileira (KUCINSKI, 2007, p. 12).

Como não há o delineamento de um objeto de estudo relacionado ao jornalismo econômico para análise, de modo esparso, aqui e ali, esse tema vai surgindo dentro do livro. Fora a técnica de revisão bibliográfica – que, como foi visto há pouco, só aparece no final por uma escolha do autor –, seu plano de trabalho está alinhado à estratégia metodológica. Ambos são básicos e consistem em ir lançando mão do recurso ilustrativo de matérias jornalísticas de Economia e suas chamadas gritantes que, pelo tamanho do livro e pela quantidade de capítulos, aparecem somente oito vezes. Elas praticamente justificam o título do livro que, enfim, é Jornalismo econômico. Complementam tal instrumento 26 quadros com dados econômicos cujas fontes, em geral, são o Banco Central do Brasil, a

Fundação Getúlio Vargas (FGV) ou o Fundo Monetário Internacional (FMI), entre outros. Tanto é assim que, efetivamente, em 25% do livro é que o leitor se depara com o jornalismo econômico propriamente dito. A saber, nos capítulos 1, 14, 15, 16 e 17. Em outros 40% dele – nos capítulos 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11 e 13 – existem breves e superficiais passagens pelo assunto. Finalmente, em 35% do livro Jornalismo econômico, compreendidos pelos capítulos 2, 3, 8, 12, 18, 19 e 20, nem mesmo abordagem *en passant* será vista quanto ao tema-título.

Ainda na etapa introdutória, Bernardo Kucinski deixa claro quais são as bases para a execução do livro e o porquê de não haver matriz teórica que seja nominalmente citada. Contudo, é perceptível que o viés de interpretação marxista lhe serve como mote para tratar não da perspectiva ligada à Economia, mas sim da perspectiva referente à Economia Política. A hipótese que permeia o livro de Kucinski (1996) é também o seu ponto alto, mas, infelizmente, não é nem explanada, nem trabalhada e menos ainda creditada. Trata-se da ideia de que a ineficiência na linguagem empregada pelo jornalismo econômico é deliberada (KUCINSKI, 2007, p. 15). Pois, em função da ideologia ao qual está subordinado, o jornalismo econômico não está realmente interessado em explicar, mas sim em “seduzir” o público num processo de fetichização.

Com tudo isso, uma grave disfunção afeta o jornalismo dedicado à economia. A maioria dos leitores e dos telespectadores, mesmo os instruídos, como os estudantes universitários, não consegue decodificar o noticiário econômico. Para o grande público, a economia adquiriu, ao mesmo tempo, significados elementares, ligados ao seu dia a dia, e outros abstratos, de difícil compreensão. O desafio de traduzir processos econômicos complexos em linguagem acessível não foi vencido, seja porque os processos econômicos se definem num outro plano de saber que não o do saber convencional, seja devido à sua instrumentalização ideológica crescente (KUCINSKI, 2007, p. 14).

Os interessados nos estudos brasileiros de jornalismo econômico poderão constatar que o conceito de fetichização empregado por Kucinski (1996) vem de Umberto Eco (1976). Porém, isso só será possível com a leitura de Puliti (2013), O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro. Já que a autora Puliti (2013, p. 94) faz uma citação de outro livro de Kucinski, datado de 2004, em que ocorre o desenvolvimento do conceito de fetichização, ou falso conceito, aplicado ao jornalismo econômico.

Diferentemente de Quintão (1987), que credita somente aos jornalistas a responsabilidade pela falta de acessibilidade na linguagem do jornalismo econômico, Kucinski (1996) divide a culpabilidade quanto ao processo ocorrido no Brasil – especialmente se comparado ao que aconteceu em países de importância equivalente. Nessa dinâmica, as duas primeiras partes constituintes detêm a maior lacuna: “essa disfunção foi acentuada pelas deficiências na formação tanto de jornalistas como de leitores, pelos obstáculos à prática do jornalismo e pelo número reduzido de publicações voltadas à macroeconomia e à economia política” (KUCINSKI, 2007, p. 15).

Enquanto as etapas da “cooptação dos jornalistas de economia” são descritas por Quintão (1987), Kucinski (1996) vislumbra outro processo não tão distinto, por ele nomeado como “pouca autonomia ideológica do jornalista”:

O predomínio da ideologia neoliberal levou a uma ideologização da cobertura macroeconômica, simultaneamente a uma expansão do jornalismo de negócios. Surgiram revistas e programas de rádio exclusivamente dedicados a histórias de empresas e empresários de sucesso, à emulação do espírito empresarial e da pequena e microempresa. A classe média foi seduzida pelas propostas de franquias. Proliferaram os livros de reengenharia empresarial e de como fazer sucesso no mundo dos negócios. Nos diários de grande circulação surgiram os suplementos de “negócios” ou “negócios e oportunidades”, independentes dos cadernos de economia (KUCINSKI, 2007, p. 16).

Como fica demonstrado pelo tratamento dado categoricamente por Kucinski (1996), de equívocos por falta de conhecimento do profissional jornalista encarregado até distorções de enfoque, o desserviço perpetrado pelo jornalismo econômico brasileiro tem incontáveis casos. Numa quase obviedade, sempre incorrendo em prejuízo para os interesses do público-leitor mediano e, por assim dizer, favorecendo aos donos do capital e/ou do poder. Dito de outra forma, na visão de Bernardo Kucinski, o grande problema está em não pautar a cobertura do jornalismo de economia, majoritariamente, pelo que é útil para o público de um determinado veículo, e sim pelo que convém à classe dos empresários anunciantes – ou anunciantes em potencial – desse mesmo veículo. Uma questão deontológica que, por mais diversas que sejam as opiniões, é ponto pacífico para qualquer entendedor de que o jornalismo é, em essência, um serviço que se presta ao público que o consome.

Em Quintão (1987) nota-se a presença de uma distinção feita quanto ao jornalismo de economia anterior a 1964 e, daí em diante, o novo jornalismo econômico no Brasil. Já em Kucinski (1996) a diferenciação feita é sobre o jornalismo de economia como um todo e, também aparecendo dentro dessa especialização jornalística, o jornalismo de serviços. Na avaliação do autor de Jornalismo econômico, ele tem origem na queda do chamado “Milagre Econômico brasileiro” em meados dos anos 1970.

O jornalismo de serviços é ao mesmo tempo didático e voltado a uma cidadania econômica. Com os repetidos pacotes econômicos, tornou-se vital no cotidiano das pessoas. 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, às custas das demais áreas de cobertura. Um quinto das manchetes foi dedicado à economia e os nomes dos ministros da economia tornaram-se mais populares e mais citados do que o dos presidentes (KUCINSKI, 2007, p. 16).

Inclusive, o autor ordena os fatos que conferiram tal proeminência ao “jornalismo de serviços” dentro do noticiário econômico. As causas apontadas são (KUCINSKI, 2007, p. 16), em sequência, “a alta do petróleo”, “as greves operárias”, “a profunda recessão dos anos 80, marcada pelos saques a supermercados”, e “a alta dos preços”.

A inflação alimenta o jornalismo de serviços, voltado aos problemas econômicos e financeiros de seus leitores de classe média, tais como prestações da casa própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida, e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística (KUCINSKI, 2007, p. 16).

Como Jornalismo econômico emerge do eixo acadêmico dos estudos brasileiros sobre a temática, deixa a desejar pela falta de um item conclusivo. Ainda mais quando a publicação se propõe a guiar profissionais da área com o componente do autodidatismo.

É necessário frisar a inexistência de relação entre Kucinski (1996) e o livro predecessor, Quintão (1987). Mais do que isso: Kucinski (1996) parece ignorar por completo o estudo empreendido e publicado quase uma década antes do seu. Nem

mesmo nas referências bibliográficas existe menção ao pioneiro dos livros brasileiros de jornalismo econômico. Entretanto, assim como no livro precursor, o conceito marxista de “Aparelhos Ideológicos de Estado” (AIEs) (ALTHUSSER, 1972)⁶⁶ também permeia a maior parte de Jornalismo econômico. A aproximação conceitual requerida por ambos os autores fica demonstrada aqui:

A necessidade objetiva de desestruturar o sindicalismo e o sistema produtivo estatal fez do neoliberalismo uma doutrina especialmente agressiva, que arrastou o jornalismo como sua linha auxiliar. Houve uma ideologização da imprensa, no sentido de uma insistência em afirmações dogmáticas, a recusa generalizada em lidar com fatos e a tentativa de desclassificação dos críticos do neoliberalismo por meio da adjetivação de “atrasados”, “retrógrados”⁶⁷ ou “dinossauros”. Na era neoliberal o jornalismo econômico se torna quase que um “aparelho ideológico de Estado”, um dos mecanismos não coercitivos usados pelas elites dominantes ou pelo Estado para manter as condições de reprodução do sistema, ao lado da escola e da Igreja, conforme a tese do filósofo francês Louis Althusser (KUCINSKI, 2007, p. 188).

Para além disso, a relação de Kucinski (1996) com os demais autores do corpus comprova sua influência, até aqui, como o autor mais referenciado dessa literatura brasileira específica. Kucinski (1996) está presente posteriormente, como referencial teórico, nos livros de Caldas (2003), Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018), e, como personagem, nos livros de Lachini (2000) e Resende (2005).

Jornalismo econômico rendeu para esta pesquisa a contagem de 1.142 termos ou expressões relativos à economia. O que ajudou a demonstrar quantitativamente como o excesso na utilização deles ao longo do livro, na verdade, inverte o processo de contextualização observado nos demais autores do corpus. Kucinski (1996) é o autor desviante do corpus porque contextualiza o jornalismo econômico em seu manual de economia. Neste caso, a Figura 4 – Nuvem de palavras para Kucinski, 1996, que finaliza a apreciação do segundo livro do corpus, não traz uma contextualização da economia, mas sim as principais ideias econômicas trazidas por seu autor que são a “ideologização da cobertura

⁶⁶ Neste caso, ao menos o autor franco-argelino consta entre as referências finais do livro. Já no âmbito da pesquisa brasileira sobre jornalismo econômico figuram apenas créditos aos Trabalhos de Conclusão de Curso de Patrícia L. João, “A dívida externa vista pelos formadores de opinião”, e Claudia J. Vassallo, “A história do endividamento brasileiro nas páginas da Revista Exame”, ambos de 1991, e – à época – Tese de Mestrado de Armando M. Faria, “O jornalismo econômico e a cobertura sobre a privatização” (1994).

⁶⁷ [sic retrógrados]

macroeconômica”, a “vitória ideológica da tese neoliberal”, o “subdesenvolvimento na América Latina” o “balanço de pagamentos”, o “totalitarismo do econômico”, o papel do “Fundo Monetário Internacional FMI”, entre outros.

Figura 4⁶⁸ – Nuvem de palavras para Kucinski⁶⁹, 1996



Fonte: A autora (2020)

⁶⁸ A lista completa com 1.142 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Kucinski (1996) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2Ys4x0K>. Publicado em: 16 mai. 2019.

⁶⁹ Ver Apêndice B – Perfil de Bernardo Kucinski nas páginas 203-4.

4.3. HÉRICA LENE (2013) – JORNALISMO DE ECONOMIA NO BRASIL

O contexto de elaboração do livro Jornalismo de economia no Brasil, que tem 480 páginas, refere-se ao período entre os anos de 2005 e 2009, quando a autora cursa o Doutorado em Comunicação e Cultura pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro). Inicialmente uma tese defendida em 2009, sob o título “O jornalismo econômico e a reinvenção do Brasil no final do século XX”, o livro de Hérica Lene é publicado em 2013 pela Editora UFRB (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia). A obra está dividida em sete capítulos (1. “Jornalismo de economia no Brasil: Desenvolvimento e transição”, 2. “Jornalistas de economia no Brasil: Trajetória profissional e poder simbólico”, 3. “O cruzado e o fortalecimento do jornalismo de serviço”, 4. “A cobertura de emergência depois do primeiro ‘choque’”, 5. “‘Brasil Novo’ e foco em um leitor consumidor-espectador-cidadão”, 6. “Novos rumos em tempos de estabilidade”, e 7. “A economia virtual e risco: O jornalismo na era dos mercados”).

Trata-se de um livro com tipologia histórico-analítica em que a autora, ao examinar o material coletado junto à imprensa, deseja saber que tipo de cobertura jornalística foi realizada quando dos eventos que foram a implantação, entre 1986 e 1994, de oito planos econômicos tendo em vista à almejada estabilização da economia doméstica/interna e o combate ao “dragão inflacionário” (LENE, 2013, p. 450). São eles, pela ordem de acontecimento e tratamento em Lene (2013), o “Plano Cruzado I” (Decreto-Lei nº 2.284 de 10 de março de 1986), o “Plano Cruzado II” (Decreto-Lei nº 2.290 de 21 de novembro de 1986), o “Plano Bresser ou Novo Plano Cruzado” (Decreto-Lei nº 2.335 de 12 de junho de 1987), o “Plano Verão I ou Cruzado Novo I” (Decreto-Lei nº 7.730 de 31 de janeiro de 1989), o “Plano Verão II ou Cruzado Novo II” (de maio de 1989), o “Plano Collor I ou Brasil Novo” (Decreto-Lei nº 8.030 de 12 de abril de 1990), o “Plano Collor II” (de janeiro de 1991) e, finalmente, o “Plano Real” (Decreto-Lei nº 8.880 de 27 de maio de 1994). Porém, o espaço-temporal analisado por Lene (2013) se estende até janeiro de 1999, que é quando ocorre a primeira crise do Plano Real.

Conforme delimita Lene (2013, p. 12), o principal objetivo da obra “é compreender o processo de mudanças da imprensa nas duas últimas décadas do século XX por meio da análise de dois dos principais jornais brasileiros: *Folha de S. Paulo* e *O Globo*”. Entre os autores do presente corpus de análise, Lene (2013) é a primeira autora que, também estando inserida no eixo acadêmico de publicações,

adota uma forma de análise próxima a que se vê em Quintão (1987). Em especial porque a amostragem de “textos noticiosos (reportagens e notícias)” reunidos pela autora também contemplou “outros elementos”, como as “capas” dos veículos generalistas, além de “editoriais e colunas”. Portanto, entre os autores do corpus que realizaram análises acadêmicas (QUINTÃO, 1987; LENE, 2013; PULITI, 2013; FIERA, 2018), Lene (2013) é com certeza a que se debruça sobre uma amostragem muito mais genérica em veículos que também não são especializados, mas sim possuem editorias econômicas neste sentido. O que vai ao encontro da justificativa da autora quanto a “mostrar como a ‘grande imprensa’ reconfigurou os espaços dedicados à cobertura dos fatos econômicos e a forma de desenvolvê-la para atender às demandas surgidas a partir da chamada ‘Nova República’” (LENE, 2013, p. 17).

Além disso, ela enfatiza (LENE, 2013, p. 16) que “os jornais *Folha de S. Paulo*, fundado em 1921, e *O Globo*, de 1925” são diários impressos que se “destacaram nos anos 1970, mantiveram essa posição até os dias de hoje e têm influência política sobre a opinião pública nacional”. A pergunta que norteia o estudo de Lene (2013) é:

quais foram as características de tratamento da notícia que o jornalismo brasileiro adotou a partir da ‘Nova República’, diante do processo de redemocratização do país, governos neoliberais e de um cenário mundial marcado pelo avanço tecnológico, convergência multimídia e acelerada globalização econômica no final do século XX (LENE, 2013, p. 13-4)?

O plano de trabalho seguido por Lene (2013) reuniu ao todo 556 edições de jornais para análise, sendo 278 edições para cada um dos veículos *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, e distribuídas da seguinte forma: Plano Cruzado I (64 edições de 28 de fevereiro a 31 de março de 1986), Plano Cruzado II (60 edições de novembro de 1986), Plano Bresser (60 edições de 1987), Plano Verão I (62 edições de janeiro de 1989), Plano Verão II (62 edições de maio de 1989), Plano Collor I (62 edições de março de 1990), Plano Collor II (62 edições de janeiro de 1991), Plano Real (62 edições de julho de 1994) e a primeira crise do Plano Real (62 edições em janeiro de 1999). Ao que a autora explicou mais sobre a estratégia metodológica adotada: “Os dados e informações obtidos pela análise dos jornais foram cruzados com aqueles obtidos por outras fontes, lugares de autorreferenciação dos jornais estudados”

(LENE, 2013, p. 19). O que ainda incluiu três entrevistas que Hérica Lene realizou, entre março e maio de 2007, com os “jornalistas-personalidades ou de referência” para o jornalismo econômico brasileiro que são Joelmir Beting, Luís Nassif e Miriam Leitão.

A matriz teórica de Lene (2013) reserva como principal referencial, pela primeira vez entre os nove livros do corpus, o conceito de Pierre Bourdieu (1997), que entende o “jornalismo de economia” como um “subcampo do jornalismo”. Além disso, entre as principais análises contidas em Jornalismo de economia no Brasil (LENE, 2013, p. 91-93, 147-154,), são vistos quadros descritivos sobre a “evolução do jornalismo de economia” no Brasil, entre “1950-1980”, conforme o entendimento da autora, e um “perfil profissional dos jornalistas de economia”, traçado por Lene a partir principalmente da análise documental de um guia comercial (RIBEIRO & PASCHOAL, 2005) e demais materiais consultados.

Há uma distinção conceitual proposta por Lene (2013), logo na parte introdutória de seu livro, que é interessante para uma história das ideias e que não foi encontrada em nenhum outro autor do corpus: “Ao invés de utilizar a expressão ‘jornalismo econômico’, muito comum nos estudos sobre esse tema, a opção foi por “jornalismo de economia” (LENE, 2013, p. 13). E, justificando a distinção, ela argumenta: “O termo é mais apropriado por tornar seu sentido mais preciso: se referir à cobertura jornalística dos assuntos do campo econômico” (LENE, 2013, p. 13). O problema é que depois, ao longo do livro, a manutenção do conceito se perde porque Lene (2013, p. 155) também utiliza a mesma expressão que havia replicado, como nesta consideração a respeito dos profissionais jornalistas da área: “embora não estejam vinculados a um veículo, continuam trabalhando com jornalismo econômico como *freelancers*”.

Ademais, outro ponto fraco encontrado foi que no comparativo, por exemplo, aos livros de Quintão (1987), Puliti (2013) e Fiera (2018) que pertencem ao mesmo eixo de publicações, Lene (2013) não especifica quantas foram as ocorrências encontradas por sua análise na amostragem de 556 edições de jornais, e nem discrimina tais ocorrências de acordo com o tipo de texto (se notícia, coluna, editorial, etc.). Por outro lado, dado ao volume e vastidão do material analisado, que não ficou restrito somente à editoria de Economia, o livro de Lene (2013) consegue apresentar comentários pontuais que somente um estudo com essa abrangência poderia obter:

No Plano Collor, as editorias de economia aproximaram as narrativas jornalísticas sobre fatos econômicos das notícias policiais. Relataram experiências compartilhadas dos consumidores na convivência com um novo cenário econômico, inclusive as mais negativas, como suicídios, assaltos e saques cuja motivação foi atribuída às mudanças do pacote (LENE, 2013, p. 446).

Em Jornalismo de economia no Brasil a citação emblemática transparece a interpretação da autora quanto a uma mudança de comportamento na sociedade brasileira e, por conseguinte, à forma como o jornalismo econômico praticado junto à “grande imprensa” conseguiu fazer sua adaptação:

Com relação ao tratamento das notícias de economia, esse tipo de jornalismo “cidadão ou público” pôde ser observado na cobertura jornalística dos pacotes. Essa editoria passou a se voltar para atender um leitor que é, cada vez mais, consumidor de bens e produtos e, por isso, intensificou uma cobertura de cunho mais pedagógico (LENE, 2013, p. 330).

Entre as rubricas deixadas por Lene (2013) para essa literatura brasileira específica, o resumo da matéria demonstra que, em relação a cada um dos oito planos econômicos e a primeira crise do Plano Real, a imprensa assumiu, guardadas as características próprias de cada veículo, o seguinte posicionamento: cobertura ufanista e entusiasmada do Plano Cruzado I (LENE, 2013, p. 209-220); cobertura do Plano Cruzado II mais tensa e sem o otimismo devido às críticas sofridas no Plano Cruzado I (LENE, 2013, p. 223-5); cobertura “cética” do Plano Bresser, sendo que o próprio ministro da Fazenda Luiz Carlos Bresser-Pereira falava com cautela sobre o plano (LENE, 2013, p. 236-7); cobertura contextualizada do Plano Verão I, lembrando os pacotes econômicos anteriores e colocando editoriais na capa (LENE, 2013, p. 246-7); cobertura do Plano Verão II que trouxe “novamente” a discussão em torno de “se o país estava na iminência de uma hiperinflação” (LENE, 2013, p. 257); cobertura do Plano Collor I com “antecipação do que poderia ser o novo plano econômico” (LENE, 2013, p. 273); cobertura do Plano Collor II marcada pelo clima geral de preocupação e com muitos editoriais na capa (LENE, 2013, p. 318); cobertura do Plano Real com a ampla divulgação dos “discursos das fontes oficiais”, com apoio ao “pacote em seus textos opinativos” e defesa junto ao noticiário informativo de toda a equipe econômica e política

envolvida no plano (LENE, 2013, p. 360); e cobertura da primeira crise do Plano Real em tom crítico e apontando “onde o governo estava falhando por meio de seus textos opinativos” (LENE, 2013, p. 418).

A relação de Lene (2013) com os demais autores do corpus é de total rigor acadêmico, demonstrando a preocupação em referenciar seus pares. Isto porque se trata do único caso, entre os nove livros dessa literatura brasileira específica, em que o autor do livro recorreu aos escritos de absolutamente todos os autores que lhe são precedentes (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000; BASILE, 2002; CALDAS, 2003; RESENDE, 2005). Com os benefícios desse tipo de referência teórica, o estudo de Lene (2013), que a propósito é o maior em volume de páginas, logrou conclusões importantes por fornecerem indicativos para uma história das ideias dos livros brasileiros sobre jornalismo econômico.

O primeiro momento se deu no contexto de transição democrática, na “era” do Cruzado. Esse período foi um marco da recente história política e econômica do país, não só porque provocou um choque na economia que inicialmente deu resultados, mas também porque teve uma conotação sensacional, de extasia até, para a população brasileira, que se engajou em nome da nação na luta contra o inimigo comum – a inflação – e, muitas vezes, de forma apaixonada e passional, partiu para o confronto físico em nome do controle de preços. Nesse episódio, houve um engajamento da imprensa, fundamental para criar um clima de euforia, que pode ser exemplificado pela atuação dos “fiscais do Sarney” (LENE, 2013, p. 448).

Ao lançar mão desse tipo de abordagem, Lene (2013) pode apontar, inclusive, qual foi a função assumida pela mídia na cobertura econômica do mais desastroso de todos os planos econômicos brasileiros.

Outro momento emblemático desse papel político adotado pelo jornalismo de economia foi o contexto do primeiro presidente eleito após a redemocratização do país. A maneira como a imprensa lidou com temas tão difíceis com o Plano Collor, com potencial de grande rejeição, como o confisco da poupança, ajudou a criar um clima de estabilidade no país. O confisco era um fator de inquietação e ela teve uma função de apaziguamento nesse episódio [...] (LENE, 2013, p. 448-9).

Com as entrevistas realizadas junto aos jornalistas, Lene (2013) evidenciou até mesmo a perplexidade dos profissionais como Miriam Leitão. O que, em boa medida, não foi uma reação diferente daquela encontrada no restante da população:

O Plano Collor foi outro desespero porque, primeiro, a gente ouvia dizer que se preparava, mas, ao mesmo tempo, não podia dizer que estava ouvindo dizer, porque não tinha nada fechado, porque tudo era muito trancado a sete chaves. E o plano veio completamente destemperado, maluco. [...] Quando ele chegou, a imprensa já estava mais preparada, mas por outro lado não estava preparada para a bomba atômica, porque aquilo foi uma bomba atômica. O que ocorreu dias depois? Os bancos não conseguiam fechar o dia, porque se fechasse o dia tinham de quebrar. Como o dinheiro foi congelado todo, é como se tivesse de entregar todo aquele dinheiro para o governo. Enfim, o Banco Central não sabia exatamente como operar no dia seguinte com ativos congelados no banco. Então, foram, assim, 40 dias de caos nos bancos. Ninguém sabia quem podia tirar (LEITÃO citada por LENE, 2013, p. 273-4).

A contextualização da conjuntura econômica feita por Lene (2013), relativa aos eventos que a mídia cobriu/reportou/veiculou e a autora investigou, é outro mérito autoral de seu livro e, sem dúvida, a melhor observada por esta pesquisa junto ao corpus de análise. Em algumas poucas páginas, via um referencial teórico fundamental (BIELCHOWSKY, 1988 citado por LOUREIRO, 1997), está refletida a síntese necessária para situar os interessados quanto as “cinco correntes” que norteiam o “pensamento econômico brasileiro” (LENE, 2013, p. 53-60).

A apreciação do livro de Lene (2013) termina fazendo menção exatamente ao que se vê refletido na respectiva nuvem de palavras. Ela destaca visualmente os termos e/ou expressões econômicas usados pela autora, apropriadamente, com uma finalidade que é contextual. Esta pesquisa localizou e listou em Lene (2013) 1.008 termos relacionados e, é preciso que se diga, nem mesmo sendo o maior livro do corpus em volume a contagem conseguiu superar a mensuração encontrada em Kucinski (1996), devido ao uso enviesado feito por este autor.

Assim, a Figura 5 – Nuvem de palavras para Lene, 2013 destaca as expressões mais importantes nessa contextualização que são a “corrente neoliberal brasileira”, a “corrente desenvolvimentista do setor privado”, a “corrente desenvolvimentista do setor público nacionalista”, a “corrente desenvolvimentista do setor público não nacionalista”, a “corrente socialista”, a “revolução keynesiana” de um lado e a “contrarrevolução monetarista” de outro, opondo os representantes

“estruturalistas heterodoxos estatistas de Unicamp e UFRJ” aos representantes “monetaristas ortodoxos privatistas de FGV e PUC-Rio”, os “oito planos econômicos anti-inflacionários/1986-94” e a “crise do Real (janeiro de 1999)”, entre outros.

Figura 5⁷⁰ – Nuvem de palavras para Lene⁷¹, 2013



Fonte: A autora (2020)

⁷⁰ A lista completa com 1.008 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Lene (2013) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/32BMJUa>. Publicado em: 29 fev. 2020.

⁷¹ Ver Apêndice G – Perfil de Hérica Lene na página 211.

4.4. PAULA PULITI (2013) – O JURO DA NOTÍCIA: JORNALISMO ECONÔMICO PAUTADO PELO CAPITAL FINANCEIRO

Originalmente defendido como tese de doutorado em 2009, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), o trabalho de Paula Puliti “A financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002)” foi lançado como livro sob um novo título, em 2013, pela editora Insular. A publicação atende à tipologia de literatura histórico-analítica e exibe, em suas 224 páginas, o segundo maior estudo de análise temporal deste corpus.

Apesar de ter sido orientada pelo professor Bernardo Kucinski, a influência primordial que pode ser sentida em O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro é a mesma estratégia metodológica, utilizada pelo pioneiro Quintão (1987), de verificar um amplo espaço de tempo, por meio da amostragem coletada junto a dois veículos jornalísticos generalistas representativos para a área. O livro está dividido em cinco capítulos que são: 1. “A ideologia neoliberal”, 2. “Jornalismo e grupos de interesse”, 3. “A financeirização do jornalismo econômico no Brasil”, 4. “A financeirização observada nas edições dos jornais” e 5. “A financeirização revelada pelas entrevistas”.

Enquanto Aylê-Salassié Filgueiras Quintão (1987) fez sua abordagem relativa a 1963-1979, portanto 17 anos, Paula Puliti (2013, p. 35) faz a sua sobre o período de 1989-2002 que é o dos “primeiros governos civis que sucederam ao regime militar”. Note-se que os 14 anos do estudo de Puliti (2013) não são os mesmos 14 anos do estudo de Lene (2013), que avaliou o período de 1986 a 1999, conforme já foi visto, sempre por ocasião do anúncio de um plano econômico até chegar na primeira crise enfrenta pelo Plano Real.

Puliti (2013) é o segundo maior estudo de análise temporal e também o estudo de conteúdo mais substancial da literatura brasileira sobre jornalismo econômico, junto ao eixo dos livros acadêmicos, por um aspecto irrefutável. Ela praticamente dobrou o esforço empírico de sua pesquisa, quando comparada à de Quintão (1987), ao analisar não as manchetes ou chamadas de economia nas capas dos jornais, mas sim um total de 2.340 matérias publicadas nos dois cadernos de economia mais importantes do Brasil. A saber, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, com as respectivas amostragens de 1.340 e 1.000 notícias⁷² para cada um.

⁷² Em relação ao veículo *O Estado de S. Paulo*, foram escolhidas “as edições do dia 10 de cada mês do primeiro semestre dos anos ímpares 1989, 1991, 1993, 1995, 1997, 1999 e 2001”; e em

Após o levantamento quantitativo e o fichamento de cada matéria (incluindo nome do jornal, data de publicação, número de página, título, palavras-chave, tema da reportagem, número e procedência das fontes), a etapa de trabalho seguinte de Puliti (2013) foi categorizar as fontes de acordo com a procedência/natureza e a transparência com a qual foram veiculadas nos jornais. Para ilustrar, se eram membros do a) “governo”, b) “mercado financeiro/bancos/consultorias”, c) “empresários”, d) “trabalhadores e sindicalistas”, e) de “institutos de pesquisa” e f) “outros” (como “parlamentares, tribunais federais e regionais, acadêmicos, instituições multilaterais não-financeiras” e os outros profissionais não enquadrados nos grupos anteriores; e se variavam de a) “bem-identificadas” (“com nome, cargo e instituição em que trabalham”) até uma e) “identificação enganosa”. Por exemplo, fontes que aparecem “como ex-autoridade”, caso de “ex-diretor do Banco Central”, quando de fato já estão trabalhando novamente no setor privado.

A escolha dos veículos analisados por Paula Puliti não foi feita por acaso, mas sim porque, entre os grandes jornais gerais brasileiros em circulação, são esses os que possuem cadernos exclusivos especializados em economia. O que não acontece com o jornal carioca *O Globo*, que tem somente páginas dedicadas a tal editoria. A opção pelos grandes jornais vai ao encontro da hipótese norteadora de Q juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro: “o mercado financeiro se serve dos jornais de maior circulação em sua estratégia para definir a agenda nacional e atrair clientes do varejo, além de ter acesso mais amplo a formadores de opinião para além do círculo econômico” (PULITI, 2013, p. 35). Por essa razão Puliti (2013) também descartou a possibilidade de analisar os jornais *Gazeta Mercantil* e *Valor Econômico*, dado que eles foram/são destinados ao público especializado.

Ainda no campo das estratégias metodológicas, foram realizadas 44 entrevistas dirigidas, com economistas do sistema financeiro habituados a aparecer como fontes em matérias jornalísticas, e, depois, outras 10 “entrevistas abertas com

relação ao veículo *Folha de S. Paulo*, foram escolhidas “as edições do dia 10 de cada mês do primeiro semestre dos anos pares 1990, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000 e 2002”, saindo assim do espectro do segundo semestre que, quando houve eleições, poderia ter as matérias sob essa influência. A diferença entre a quantidade de matérias analisadas de um e outro veículo tem a seguinte razão. Conforme explica Puliti (2013, p. 103-4), o caderno de economia de *O Estado de S. Paulo* tem em média oito páginas, com em geral quatro matérias por página, resultando em 32 matérias por edição e 192 por semestre; enquanto o caderno de economia da *Folha de S. Paulo* tem em média seis páginas, com em geral quatro matérias por página, resultando em 24 matérias por edição e 144 por semestre.

personagens do mercado financeiro, jornalistas, acadêmicos e banqueiros”. Isto porque, nas palavras de Puliti (2013, p. 36), o recurso das “pesquisas quantitativas não foram suficientes para dimensionar a amplitude da financeirização do noticiário econômico, e os números levantados no discurso manifesto dos jornais precisavam ser socialmente interpretados”. Eis aqui o início de uma falha metodológica quanto ao desenrolar do estudo de Puliti (2013).

O foco de O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro está voltado para o emissor das mensagens, matérias jornalísticas, sem nenhuma pretensão de mensurar os efeitos de tais mensagens junto ao público que as recebeu. Do mesmo modo e convergindo para os objetivos da obra, a análise de Puliti esteve centrada na construção diária de notícias pelos repórteres das redações. Eles se distinguem dos colunistas, que são responsáveis por fazer “interpretação dos fatos econômicos” e por trabalhar “com as informações de bastidores”. Assim, os dois objetivos da pesquisa empreendida por Puliti (2013) são, em primeiro lugar, “mostrar o início e a consolidação da financeirização do noticiário econômico de 1989 a 2002” e, depois, “revelar as estratégias com as quais os agentes do mercado financeiro construíram seus espaços na imprensa⁷³” (PULITI, 2013, p. 34-5).

Já na etapa introdutória, Puliti lança mão de seu relato como profissional jornalista que cobre a área econômica desde meados dos anos 1990 e, portanto, percebe seus movimentos. Assim é que ela oferece ao leitor explicações aprofundadas quanto às razões que levaram ao colapso do sistema financeiro, no coração de Wall Street⁷⁴ (PULITI, 2013, p. 22-6).

Adiante entra em cena a racionalidade técnica da ciência econômica que, pela abordagem de Puliti (2013, p. 53-8), é utilizada como um instrumento de persuasão. O que só acontece porque o jornalismo e o método chamado

⁷³ Uma combinação de táticas a fim de pautar os economistas do mercado financeiro como fontes do noticiário que envolveu, em simultâneo, o trabalho “das assessorias de imprensa e dos *media training* até a criação e valorização dos departamentos econômicos nas instituições financeiras, passando pela relevante atuação dos informativos em tempo real” (PULITI, 2013, p. 34).

⁷⁴ Merece ser destacado o quão didático e acessível é o texto de Paula Puliti sobre o conjunto de fatos que levou a esse evento econômico histórico. Mais fácil de compreender um problema de causas praticamente abstratas, na interpretação e aplicação do dinheiro em títulos públicos e créditos podres, talvez, só seja visto no filme “A grande aposta/The Big Short” (2015), de Adam McKay.

econometria⁷⁵ resguardam entre si alguns paradigmas em comum: a “suposta neutralidade, objetividade e independência política” que, de acordo com ela (PULITI, 2013, p. 27), foi o que tornou “os economistas do mercado fontes muito respeitadas entre os jornalistas”. Ao contrário das antigas fontes solicitadas, “os economistas das universidades”, que passaram a ser vistas pelas “direções dos jornais e das seções de economia” como excessivamente teóricas e por demais atuantes na política. O que lhes conferia um “viés ideológico muito marcante”, conforme relatou o quarto entrevistado de Paula Puliti, o jornalista Pedro Cafardo (PULITI, 2013, p. 148).

A persuasão exercida pelo discurso dos economistas do mercado financeiro não poderia dar conta de tudo sozinha e, então, uma combinação de táticas é esmiuçada por Puliti (2013, p. 68-72). São elas o papel exercido pelas assessorias de imprensa, que se expandem também “porque o espaço publicitário na mídia ficou cada vez mais caro”; a sofisticação das assessorias com os treinamentos de *media training*, para que as fontes assessoradas ao conceder entrevistas saibam o que dizer aos repórteres e como fazê-lo; os cursos especializados sobre o mercado de capitais que são gratuitamente oferecidos aos jornalistas de economia, por entidades de classe ligadas às instituições financeiras⁷⁶, a pedido de suas assessorias de imprensa; e, sem dúvida, as premiações em dinheiro oferecidas, por essas e outras instituições/empresas, “para jornalistas de finanças em reconhecimento a matérias que contribuem para o desenvolvimento do mercado de capitais e derivativos brasileiro” (PULITI, 2013, p. 74).

A inferência de Puliti (2013), quanto à formação e premiação dos jornalistas de economia pelo próprio mercado financeiro, merece o discernimento de que esses fatores não são provados. Ademais, eles nem mesmo podem ser interpretados como garantia de que, em resumo, os profissionais da cobertura econômica só vão

⁷⁵ O significado de econometria remete ao método responsável por desenvolver modelos de previsão econômica embasada na unificação de teoria e estatísticas econômicas, técnicas matemáticas e tecnologia computacional.

⁷⁶ Em O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro são mostrados dados de um levantamento feito em 2007 que listava alguns dos principais cursos oferecidos (MBA Informações Econômico-Financeiras e Mercado de Capitais da BM&FBovespa, Introdução ao Mercado de Capitais da Anbid / Associação Nacional dos Bancos de Investimento, Introdução ao Mercado de Capitais da Apimec / Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais, Introdução do Mercado de Capitais da Ação Jovem do Mercado Financeiro e de Capitais, Análise de Balanços do Ibracon / Instituto de Auditores Independentes do Brasil, Análise de Balanços em Instituições Financeiras do Ibracon e Introdução ao Mercado de Ações da Enfoque Informações Financeiras) e também alguns dos principais prêmios (BM&FBovespa, Citibank - Prêmio de Excelência em Jornalismo, Apimec, Abecip / Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança, CVM-IBRI / Comissão de Valores Mobiliários / Instituto Brasileiro de Relações com Investidores e IBCG Itaú) (PULITI, 2013, p. 71-2,74).

reportar tudo àquilo que o setor financeiro assim desejar. Em especial pela simplificação condicional da formação curricular deles⁷⁷.

Ao observar o que escrevem e descrevem os autores deste corpus, é que se pode pinçar de O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro a sua citação emblemática. Isto porque, até a publicação de Puliti (2013), a pergunta que invariavelmente aparece na literatura nacional específica sobre jornalismo econômico – desde Quintão (1987) –, em resumo, gira em torno de como é possível ao jornalista que faz a cobertura econômica traduzir para o público aquilo que muitas vezes nem ele próprio entende? Só que Puliti (2013), via entrevistas realizadas por ela, eleva o nível desse questionamento quando, precisamente, trata da iminente passividade dos jornalistas da área ao não confrontar o que lhes dizem as suas fontes detentoras do discurso econômico. Entram em cena, de novo, as cogitações, não as comprovações.

Quando conversa com um economista de mercado, o jornalista se depara com um tom sacerdotal, que pode fazê-lo sentir-se intimidado em pedir explicações mais aprofundadas sobre o que o entrevistado está falando. Para fazer parte desse mundo especializado, ele vai buscar no próprio mercado financeiro a compreensão dessa linguagem. Ou pela criação de laços com economistas que se mostram sempre disponíveis ou por meio dos inúmeros cursos de economia oferecidos gratuitamente a jornalistas por associações do próprio mercado financeiro [...] (PULITI, 2013, p.64-5).

Mais à frente, o quinto entrevistado de Paula Puliti, na modalidade aberta, o jornalista de economia Luís Nassif, é quem melhor exemplifica de que modo a maioria dos jornalistas especializados na cobertura da área ficam, por assim dizer, em posição de submissão diante da aura inquestionável dos pressupostos da ciência econômica. Segundo seu entrevistado, o que falta aos jornalistas de economia brasileiros não é a contestação vazia do que dizem as fontes, mas simplesmente pedir-lhes que correlacionem os dados e perspectivas apresentados.

⁷⁷ Fosse assim, as antigas fontes acadêmicas do jornalismo econômico, no Brasil dos anos 1970, um grupo de economistas brasileiros em que vários frequentaram as universidades estadunidenses de Chicago, Cornell, Michigan, Princeton e Yale, jamais seriam tidas como muito ideológicas e, de alguma forma, contrárias aos interesses do mercado financeiro. Elas sequer seriam ouvidas ou, finalmente, não teriam suas opiniões publicadas. Caso, por exemplo, dos ex-ministros Eduardo Suplicy, José Serra e Luiz Carlos Bresser-Pereira, que possuem formação em universidades dos E.U.A. e, à época da ditadura militar brasileira, eram economistas frequentemente ouvidos e veiculados por contestar a política econômica nacional. Ver Cafardo citado por Puliti (2013, p. 86-7).

A economia é muito mais que isso, você tem que ter relação de causalidades, causa e efeito. Por que se aumentar os gastos públicos você tem que aumentar a taxa de juros? Ora, o jornalismo tinha de ter questionado isso, chegar no economista e falar “qual a correlação?”. Às vezes tem a ver, às vezes não tem. A correlação, o economista vai mostrar se ele conhece ou se ele está repetindo. E esse exercício foi feito por pouquíssimos jornalistas econômicos (NASSIF citado por PULITI, 2013, p. 152-3).

Esta pesquisa aponta um momento crucial do livro como citação desmistificadora. Isto porque o trecho demonstra de que modo a autora do livro considerou ter ficado provada a financeirização do noticiário econômico brasileiro. Uma vez que, segundo a própria avaliação de Puliti (2013), a ampla análise de 2.340 matérias dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, além dos três anexos⁷⁸ ao final do livro, não deram conta de confirmar tal hipótese.

As entrevistas abertas verbalizaram estratégias e intenções do sistema financeiro por trás da construção do noticiário econômico, bem como a problemática da financeirização. Essas entrevistas talvez tenham sido o grande diferencial do trabalho, porque revelaram o que os números não foram capazes de demonstrar sozinhos. Foram também os depoimentos que conseguiram dar o grau de ideologização e dos interesses do neoliberalismo financeiro. Os depoimentos revelaram os papéis da racionalidade técnica, dos departamentos econômicos, das assessorias de imprensa e da disponibilidade dos financistas em ações operacionalizadas junto à imprensa, bem como o processo de ideologização do noticiário. Ficou bastante cômodo para os jornalistas receber material dos bancos e ter sempre a mão o telefone dos economistas. Falar com os jornalistas faz parte do trabalho dos analistas, e os próprios bancos estimulam esse contato. Ao mesmo tempo em que passa uma imagem de qualidade técnica aos leitores dos jornais, a instituição se posiciona no debate econômico público (PULITI, 2013, p. 199).

As questões centrais abordadas por Puliti (2013) são duas: uma contextualização do surgimento e avanço da ideologia neoliberal, em âmbito global, e a financeirização propriamente dita do jornalismo especializado em economia no Brasil, que surge como fato em paralelo a uma série de acontecimentos, em 1985, e se torna mais facilmente perceptível com a implantação do Plano Real, em 1994. Os

⁷⁸ São exemplos de A) “relatório de banco enviado gratuitamente a jornalistas” (PULITI, 2013, p. 211-16), B) “releases de assessoria de imprensa sugerindo fontes, oferecendo cursos e prêmios aos jornalistas” (PULITI, 2013, p. 217-20), e C) “publicidade de empresa de *media training*” (PULITI, 2013, p. 221-3) – esta enfatizando como os *sites* das empresas especializadas oferecem, aos porta-vozes de organizações, a possibilidade de obter segurança para lidar assertivamente com a imprensa em entrevistas.

assuntos são encontrados, respectivamente, no primeiro e no terceiro capítulo de seu livro.

Até chegar ao neoliberalismo propriamente dito, uma importante reconstituição distintiva é feita para o leitor em torno das fases do capitalismo mundial, que são o capitalismo mercantil, o capitalismo industrial e o há algumas décadas vigente capitalismo financeiro. Das Conferências de Bretton Woods em 1944 até a crise econômico-financeira de 2008, passando pelos expoentes executores do receituário neoliberal – a primeira-ministra do Reino Unido Margaret Thatcher (1979-1990) e o presidente estadunidense Ronald Reagan (1981-1989), bem como pelo evento do Consenso de Washington (1989) e suas 10 propostas –, Puliti encadeia episódios históricos para, enfim, apresentar sua visão do neoliberalismo. Essa é oportuna para entender como a autora, e seu referencial, convergem para um aspecto cêntrico no seu estudo. Uma espécie de absolutização dos números relativos à economia que também podem ser manipulados.

Os modelos econométricos não consideram em suas projeções acontecimentos políticos, fenômenos naturais ou mesmo mudanças no comportamento do consumidor (o princípio que vale é o de que a economia é uma esfera autônoma da vida social). [...] O economista Waldir Quadros, professor da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), no entanto, faz a seguinte ressalva: “A partir dos números é possível se construir qualquer cenário. Não há uma verdade única. Os números ganham interpretações diferentes nas mãos de economistas diferentes” (QUADROS citado por PULITI, 2013, p. 55-6).

Devido ao seu grande período de análise, de 1989 a 2002, é que Puliti (2013) consegue demonstrar no terceiro capítulo de seu livro como se deu a ascensão, e posterior hegemonia dos economistas do mercado financeiro, como fontes requisitadas por esse tipo de jornalismo especializado. No começo desse processo pós-1985, eles ganharam terreno junto ao noticiário econômico nacional aconselhando o público sobre quais os melhores tipos de aplicação financeira, para defender a moeda brasileira contra a desvalorização ocasionada pela inflação que se impunha a taxas galopantes. Em paralelo à ascensão deles está, graças às escolhas dos jornalistas da área, o declínio das fontes econômicas lotadas no ambiente acadêmico que, de certo, conseguiam apresentar mais pluralidade de opinião face à conjuntura econômica.

Dali a pouco, depois do lançamento e sucesso do Plano Real, em 1994, conseguindo controlar a inflação em baixos índices mensais e anuais, esse tipo de “jornalismo de serviço financeiro” é que viria a decair na cobertura do jornalismo econômico brasileiro. Porque, segundo Puliti (2013, p. 90-1), “o noticiário passou a enfatizar aspectos mais ideológicos do neoliberalismo, como mudanças nas políticas monetária e fiscal, corpo de supostas estratégias de desenvolvimento e fundamentais à entrada de investimento estrangeiro”. Além disso, é nesta época que a centralidade da imprensa se fará perceber devido a sua ajuda em torno de um discurso que mescla, entre outras coisas, a ideia de uma administração econômica baseada no Estado mínimo. O que incluiu “privatizações, abertura comercial, financeira, juros altos e câmbio flutuante” no receituário neoliberal adotado pelo governo brasileiro.

Também refletindo o que acontecia no contexto internacional de avanços tecnológicos, em que os investimentos financeiros são aprimorados com a criação dos derivativos e as bolsas de valores estão conectadas em escala global, é ressaltado como os lucros advindos das atividades produtivas das empresas cederam um espaço considerável para os lucros auferidos junto ao mercado financeiro (PULITI, 2013, p. 90-1). A perda de proximidade entre os fatos veiculados na cobertura econômica da imprensa nacional, agora focada no “comportamento de bolsa, dólar e juros”, e o dia a dia das camadas mais expressivas da população é uma consequência direta da financeirização do jornalismo econômico.

Em tese, enquanto as agências em tempo real deveriam cumprir seu papel de intermediar o diálogo governo/mercado financeiro, os jornais gerais deveriam atender a um público não-especializado. Mas com a influência do jornalismo em tempo real, as matérias dos jornais ganharam características mais descritivas e relatoriais, enquanto as fontes tornaram-se cada vez mais restritas ao governo, a ex-autoridades e a nomes ligados a instituições financeiras. Em consequência, os jornais gerais passaram a preencher parte considerável de suas páginas com um noticiário muitas vezes sem sentido para o leitor comum, espelhando uma realidade econômica distante do cotidiano da grande maioria das pessoas (PULITI, 2013, p. 99).

É certo que Puliti (2013) consegue provar o fenômeno da “financeirização do jornalismo econômico brasileiro”, ou seja, a maior presença das fontes oriundas do mercado financeiro nas matérias analisadas. O percentual de participação

mensurado demonstra que, em 1989, o noticiário econômico ouviu fontes com a procedência governo (38,3%), empresários (33,3%), mercado financeiro (13,3%), institutos de pesquisa (12,8%) e trabalhadores (2,3%). Outras categorias simplesmente não foram fontes. Já em 1990, as fontes do mercado financeiro atingem o domínio com 41% de presença, e depois, entre 1998 e 1999, elas chegam ao ápice consecutivo de 58,1 e 71,4% de participação no noticiário. Em 2002, último ano analisado por Puliti (2013), os percentuais das fontes são muito distantes do que fora observado no primeiro ano, tendo a participação de mercado financeiro (51,4%), empresários (19,3%), governo e institutos de pesquisa empatados com o mesmo percentual (12%), outras categorias (4%) e trabalhadores (1,3%). Portanto, a comprovação acontece mesmo antes de entrar em cena o recurso das dez entrevistas que, como Puliti (2013) deixa expresso, pesaram sobremaneira em suas considerações finais.

O que não é correto é interpretar que essa financeirização se deu praticamente de forma deliberada, para não dizer orquestrada. Até mesmo porque existem outros dois fenômenos anteriores ao fenômeno da financeirização, e que impactam diretamente neste último quando o assunto é o jornalismo de economia no Brasil. São eles a ampliação do mercado de trabalho/deslocamento das vagas para jornalistas, via o segmento cada vez maior das assessorias de imprensa, e a precarização das redações dos veículos jornalísticos, que em sua maioria são pautados pelos *releases* que chegam – vindos dessas mesmas assessorias de imprensa – com o intuito de emplacar seus clientes em espaços editoriais não pagos. Isto é, os espaços mais nobres e de maior credibilidade junto ao público de um veículo justamente porque não são comprados.

Além disso, cinco dos dez entrevistados⁷⁹ respondem literalmente que não houve deliberação, ou conspiração, para que o jornalismo econômico no Brasil

⁷⁹ O conjunto das dez entrevistas que está presente no livro O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro traz o depoimento de cinco jornalistas de redação (Francisco Carlos de Assis, Neusa Pereira Ramos, Pedro Cafardo, Marco Antonio Rocha e Luís Nassif), entre os sete que foram contatados. Puliti também procurou sete jornalistas de assessorias de imprensa, mas apenas um ex-assessor de imprensa de instituição financeira falou com uma condição: não ser identificado e nem identificar o banco para o qual trabalhava. Os outros sete contatados foram economistas de bancos que, em sua maioria, não quiseram dar entrevista por respeito às questões éticas com seus clientes. Desses concederam entrevista à Puliti um ex-banqueiro e dois economistas de banco (pela ordem, Boris Tabacof, Alexandre Schwartzman e outro que preferiu o depoimento anônimo). Por fim, ela entrevistou um acadêmico que é o professor de Economia da PUC-São Paulo, Antônio Corrêa de Lacerda. Estas foram algumas das opiniões emitidas por cinco entrevistados sobre a maior participação/projeção dos economistas de banco, ou

passasse a ser pautado pelas fontes oriundas das instituições do mercado financeiro. E somente um entrevistado externa uma fala aproximada de tal ideia. Trata-se do ex-banqueiro Boris Tabacof:

Depois do Plano Real, esses economistas que são muito competentes, que são chamados de “pais do Real”, conquistaram vários postos no governo, no BC, Ministério da Fazenda e entidades correlatas, como Banco do Brasil e BNDES. Como são pessoas muito competentes, transformaram reivindicações de estrito interesse de um determinado segmento, em assunto do maior interesse nacional. [...] É um instrumento da ideologia. O que existe é uma crença total de que o mercado tudo resolve. Se alguém achar que pode haver um grau de intervenção maior no sistema financeiro ou no sistema industrial, é execrado. Aí entram também os interesses do sistema financeiro, que trabalha para ter cada vez menos regulação. [...] Eu não gostaria de dar minhas palavras como palavras de suspeita ou de dúvida, todos agiram estritamente de modo legal, eles aproveitaram condições sistêmicas, legais e de acesso à informação. Mas essa gente toda, o período foi exatamente o do Plano Real. E continua com o Lula (TABACOF citado por PULITI, 2013, p. 172).

As justificativas utilizadas por Puliti (2013, p. 31) para a sua pesquisa dizem respeito a “contribuir com a formação de jornalistas no questionamento de ideias estabelecidas, técnicas consagradas e pensamentos paradigmáticos, dentro do pressuposto de que a universidade deve formar cidadãos conscientes” e que, além

o predomínio dos assuntos de interesse do mercado financeiro, no jornalismo de economia no Brasil: 2) Neusa Pereira Ramos diz “Eu acho que junta algumas coisas, inclusive os jornalistas buscando novas fontes” (PULITI, 2013, p. 139); 3) Marco Antonio Rocha relata que “houve. Não proposital, mas impulsionado pelo problema da inflação. A inflação é que ditava isso. Uma inflação que chegava a 80% ao ano. É claro que o mercado financeiro ou era vítima ou era personagem principal da situação” (PULITI, 2013, p. 145); 4) Pedro Cafardo lembra que “nos anos 1980, surgiram com grande ênfase seções do tipo ‘Seu dinheiro’, voltadas para a classe média que sonhava com a casa própria e começava a fazer aplicações financeiras num momento em que a inflação corroía qualquer dinheiro deixado na conta corrente [...] Predominava o jornalismo de serviço financeiro em oposição ao macroeconômico que dominou os anos de chumbo da ditadura militar” (PULITI, 2013, p. 148); 5) Luís Nassif explica que “para o capital circular, era preciso que houvesse o mesmo padrão de análise, o que é uma maluquice porque cada país tem suas características bem específicas. Então essa uniformização, com os mercados internacionais se integrando, o grande capital brasileiro passa também a ser afetado pelo que acontece lá fora. Então a cobertura passa a se dar em cima dessa análise. [...] Os bancos americanos geravam análises, essas análises iam para as empresas americanas e depois vinham para as filiais dos bancos estrangeiros aqui” (PULITI, 2013, p. 152); e, finalmente, 10) Antônio Corrêa de Lacerda demonstrando que “A financeirização é um fenômeno não só brasileiro, mas mundial. O caso brasileiro tem particularidades. A gente tem um movimento na economia mundial que é forte nos anos 80, que a gente chama de financeirização da economia. Ou seja, o setor financeiro, que surgiu como um anexo do setor produtivo, financiando-o, ganhou uma dimensão própria, porque a tecnologia permitiu a integração dos mercados, o mercado financeiro se sofisticou com derivativos, com o mercado de capitais, os fundos de hedge, então isso deu uma diversificação muito grande” (PULITI, 2013, p. 183).

disso, estejam aptos para trabalhar no mercado ao mesmo tempo em que devem enfrentar “os desafios postos pelas fronteiras da técnica e do conhecimento”. Paula Puliti (2013, p. 21) esclarece que “a ideia de realizar um trabalho sobre financeirização do noticiário surgiu em 2003, bem antes dos primeiros sinais da crise econômica de 2008/2009”. Àquela altura, a autora percebia que a imprensa escrita no Brasil só apresentava “uma linha de pensamento econômico, a defendida pelos economistas do mercado financeiro”. O que contraria as bases ideológicas do jornalismo: parte indispensável da democracia e prestação de um serviço público.

A principal matriz teórica de O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro vem do filósofo francês Pierre Bourdieu (2005), também utilizado por Lene (2013), com suas explanações sobre o pensamento único e o campo econômico. Ademais, a relação de Puliti (2013) com os autores antecedentes do corpus é notada com a presença de quatro dos seis livros até então publicados. São eles Quintão (1987), Kucinski (1996), Lachini (2000) e Resende (2005) – este ainda como uma publicação, com 51 páginas a menos, da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do governo paulista. Lene (2013) não poderia ser requerida porque sua pesquisa e publicação datam quase que da mesma época. Mais à frente, Puliti (2013) torna-se referencial teórico para Fiera (2018).

No âmbito das considerações finais, a autora Paula Puliti enumerou os sete tópicos que seu trabalho acadêmico de pesquisa conseguiu demonstrar sobre os 14 anos de matérias jornalísticas de economia analisadas.

(1) A prevalência de fontes provenientes do sistema financeiro quando considerada toda a amostragem do noticiário econômico, no período de 1989 a 2002. (2) A predominância de temas de interesse do mercado financeiro nas matérias do noticiário econômico. O levantamento mostrou ainda algo inesperado: como as fontes do governo predominaram entre as matérias escolhidas para abrir cada página do noticiário econômico e como nessas mesmas matérias o assunto predominante era de interesse do mercado financeiro, o cruzamento dos dois resultados revelou que o governo brasileiro assumiu de tal forma a agenda do neoliberalismo financeiro que acabou sendo seu principal porta-voz no noticiário. (3) Que os financistas apareciam no noticiário econômico do final do governo José Sarney (1985-1989) para falar, sobretudo, dos tipos de instrumento que seus bancos ofereciam para proteger o dinheiro contra a inflação (novos tipos de fundos e aplicações no mercado acionário). Mas a financeirização mais ideológica começou em 1992, ainda no governo Fernando Collor (1990-1992), quando as próprias autoridades passaram a introduzir no noticiário temas ligados ao “Consenso de Washington”, como reformas e privatizações. Nesse

contexto, os profissionais do mercado financeiro deixaram de aparecer exclusivamente para falar de aplicações e passaram a repercutir e opinar sobre as ações do governo. (4) O sério contraste entre o predomínio de temas de interesse do neoliberalismo financeiro e a ausência de assuntos econômicos de cunho social, como investimentos em saneamento básico, habitação e obras de infraestrutura. (5) O governo como a categoria menos transparente de fontes da amostra de matérias-manchetes. (6) As ações junto à imprensa de assessorias de imprensa, dos *media training* e dos departamentos econômicos à imprensa e a própria disponibilidade do sistema financeiro junto a jornalistas. (7) Que ideias e opiniões que não condiziam com o pensamento neoliberal praticamente não apareceram nas notícias econômicas (PULITI, 2013, p. 199-200).

Fora a mudança de rumo com o trabalho em andamento, para tentar provar uma certeza prévia de Puliti (2013), na dimensão social que ela julgou ser importante, os resultados percentuais obtidos são taxativos. Assim, as entrevistas desnecessariamente realizadas não invalidam uma pesquisa que, exceto pela falha metodológica, deve ser tida como exemplo para a área. Em especial, para o eixo acadêmico dos livros. Por outro lado, essas entrevistas se somam às demais, em ambos os eixos de classificação aqui propostos, e ajudam a sedimentar o conhecimento dos profissionais da área nesta literatura brasileira específica.

Como mencionado anteriormente, a contextualização da economia em Puliti (2013) é muito presente em seu livro sobre jornalismo econômico. Devido ao uso adequado por sua autora, e tendo em vista a extensão do livro, a quantidade de expressões ou termos ligados à economia que foram encontrados nele totalizou 632 ocorrências. A seguir, a Figura 6 – Nuvem de palavras para Puliti, 2013 termina a apreciação do oitavo livro do corpus e expressa um pouco mais da contextualização de Puliti (2013) citando o “capital financeiro global” e o “neoliberalismo financeiro”, o “conceito de financeirização” e a “popularização do mercado financeiro”, a “implantação do Plano Real em 1994” bem como os “economistas do Real”, as “consultorias econômicas”, a “credibilidade dos economistas de mercado”, a influência da “Escola de Chicago”, do “Fundo Monetário Internacional FMI” e do “Departamento Econômico dos bancos”, o “mínimo de intervenção do Estado”, a “Lei de Responsabilidade Fiscal”, a “informação especulativa”, e mais recentemente a “crise econômico-financeira de 2008”, entre outros.

Figura 6⁸⁰ – Nuvem de palavras para Puliti⁸¹, 2013

Fonte: A autora (2020)

⁸⁰ A lista completa com 632 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de PULITI (2013) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2PzcEcX>. Publicado em: 1 set. 2019.

⁸¹ Ver Apêndice H – Perfil de Paula Puliti na página 212.

4.5. LETÍCIA FIERA (2018) – JORNALISMO ECONÔMICO E OS LOBOS DAS FINANÇAS – GRUPO FOLHA E O GOVERNO LULA

O livro de Fiera é praticamente um anexo expandido da obra antecedente neste corpus. Porque, como se vê em seu capítulo final (FIERA, 2018, p. 160), o tema exploratório parte de uma situação já atestada por Paula Puliti (2013). O domínio das fontes do setor financeiro – isto é, “a financeirização” – e o discurso único em torno do neoliberalismo praticados no jornalismo econômico do Brasil estão francamente presentes no trabalho de Fiera (2018), mesmo que Puliti seja citada na versão tese de 2009 e ainda que ela, incorretamente, não figure junto às referências⁸² do livro. O contexto de elaboração da tese de Fiera traz à tona o ambiente acadêmico do Doutorado em Sociologia Política, do Nesfi/UFSC (Núcleo de Estudos Sociopolíticos do Sistema Financeiro da Universidade Federal de Santa Catarina). Ali, em 2014, a pesquisa foi defendida sob o título “Jornalismo econômico da Folha de São Paulo durante o primeiro Governo Lula (2003): o Banco Central e a Taxa Selic”. Letícia Fiera é a única entre os nove autores deste corpus que não é jornalista nem de formação e nem de ofício. Entretanto, seu trabalho autoral contempla a relação com alguns dos demais livros representantes da literatura brasileira sobre jornalismo de economia.

A autora traz referências às produções temáticas assinadas por Kucinski (2000)⁸³, Basile (2002) e Caldas (2003), todos constando ao longo do livro e em sua bibliografia; Lene (2004) ainda como uma apresentação pontual, para a Rede Alfredo de Carvalho (Alcar), sobre a “expansão do jornalismo econômico no Brasil”; Puliti (2009) na versão tese do que viria a ser o livro publicado em 2013; e Quintão (1987) e Resende (2005) figurando apenas durante os capítulos da obra, mas sem constar na bibliografia. Publicado em 2018 pela editora Insular, Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula tem 224 páginas, tipologia histórico-analítica e cinco capítulos que são: 1. “Globalização financeira”; 2. “Banco Central do Brasil”; 3. “O Comitê de Política Monetária –

⁸² Há mais de uma dúzia de autores citados ao longo do livro nove do corpus e não inclusos nas suas referências bibliográficas. Consultar Fiera (2018, p. 195-207). Além disso, Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula mereceria uma nova revisão criteriosa para corrigir erros, alguns trechos repetidos e inconsistências nas datas de fatos históricos. Contudo, ressalta-se que nenhum desses aspectos compromete o conteúdo da pesquisa desenvolvida por Fiera (2018).

⁸³ Segunda edição do livro Jornalismo econômico de Bernardo Kucinski, publicado originalmente em 1996.

Copom”; 4. “O jornalismo brasileiro diante das ingerências do capitalismo contemporâneo”; e 5. “Jornalismo econômico: fontes, teoria da agenda e os editoriais da *FSP*”.

Como resumo da matéria abordada são vistos os contextos dos sempre importantes episódios Acordo de Bretton Woods (1944) – desta vez com uma oportuna distinção entre as propostas dos economistas Harry Dexter White (EUA) e John Maynard Keynes (Grã-Bretanha), em que o primeiro saiu vitorioso – e Consenso de Washington (1989); da criação tanto do Banco Central do Brasil como do Copom – passando pela Reforma do Sistema Bancário brasileiro (1964) que culminou em mais concentração de mercado –; e, finalmente, do crescimento do Grupo Folha como conglomerado de mídia, entre os anos de 1960 e 1970, a reboque de uma postura editorial, nas palavras de Otávio Frias Filho⁸⁴ (RIBEIRO, 1994 citado por FIERA, 2018, p. 125-6), “bastante anódina” perante o regime militar e a censura imposta. Fiera (2018) explica, sobre sua pesquisa documental exploratória de caráter quantitativo, que o principal objetivo é:

analisar as relações institucionais dos membros do Banco Central e, especificamente do Copom, através de uma perspectiva sociopolítica, utilizando a metodologia de análise de redes sociais para identificar padrões de rede de relações entre o Estado e o setor privado financeiro (FIERA, 2018, p. 26).

Além disso, a estratégia metodológica adotada por Fiera (2018, p. 29, 31) envolveu a técnica de revisão bibliográfica e dois tipos de procedimentos metodológicos bem-definidos: primeiramente, a análise dos documentos⁸⁵ “artigos, reportagens, entrevistas, editoriais, atas de reuniões, *curriculum vitae* dos diretores do BCB”; e, depois, a aplicação da “análise de redes sociais, ou *network analysis* (SNA)”⁸⁶. A formalização dos dados obtidos com a análise das redes sociais ainda

⁸⁴ Seu pai, o empresário Octávio Frias de Oliveira, comprou a empresa responsável pela edição da *Folha de S. Paulo* em sociedade com o também empresário Carlos Caldeira Filho, na data de “13 de agosto de 1962”. Assim, eles iniciaram a “quarta fase da empresa jornalística”. O jornalista Otávio Frias Filho começou a trabalhar na *Folha de S. Paulo* em 1975 e esteve à frente da Redação do jornal a partir de 1984, período em que o veículo abraça a Campanha das Diretas Já e, notadamente, troca seu posicionamento editorial tendo em vista o pluralismo de ideias. Ver Fiera (2018, p. 129-31).

⁸⁵ Cada um desses documentos recebeu, de acordo com Fiera (2018, p. 29), “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”.

⁸⁶ A autora esclarece que tal procedimento metodológico permite ao pesquisador fazer “a análise de dados relacionais” tais como “laços, contatos, vínculos, conexões que unem indivíduos entre si”. A

utilizou, no plano de trabalho executado, o *software Ucinet 6*. Na explanação da autora, o “*software* permite calcular os indicadores de centralidade e identificar os elos dos atores ou instituições mais centrais na rede” (FIERA, 2018, p. 36).

Quanto aos documentos originários do jornal *Folha de S. Paulo*, referentes ao assunto Taxa Selic, durante o ano de 2003 – o primeiro do Governo Lula –, Fiera (2018) especifica como chegou à amostragem de sua análise.

A pesquisa incluiu um total de 351 matérias, das quais 282 matérias assinadas por 17 jornalistas, 44 edições da coluna Painel, 9 da coluna Repercussão e 16 matérias não assinadas que, em conjunto, realizaram 502 consultas a 185 fontes (empresários e dirigentes de empresas financeiras e não financeiras, consultores, economistas, políticos, entre outros) vinculados a 95 instituições (como empresas financeiras e não financeiras, consultorias, associações de representação de classe patronal e de trabalhadores, academias, órgãos estatais, Congresso Nacional) (FIERA, 2018, p. 18).

Como justificativa da autora está expressa a necessidade de averiguar “as relações entre o campo jornalístico econômico e as fontes com o intuito de mapear e investigar a tessitura destes atores sociais através das relações de forças que participam”, destaca Fiera (2018, p. 18), “do campo midiático e que estão presentes nos meios de comunicação”. Para a justificativa em relação ao objeto escolhido, ela menciona o próprio Grupo Folha, responsável pelo periódico que detém uma das maiores circulações no Brasil e que é um dos destaques da mídia nacional. O conglomerado Folha, salienta Fiera (2018, p. 20), também controla “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”.

Os interessados na temática do jornalismo econômico não poderão deixar de perceber os ecos de Puliti (2013) até mesmo quando se depararem com a hipótese que direciona Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula: “no contexto da globalização financeira, as instituições financeiras passam a ter um papel privilegiado enquanto fontes para as informações e análises do jornalismo econômico no Brasil” (FIERA, 2018, p. 19).

Inicialmente, a impressão que fica é a de que Fiera (2018) é, por assim dizer, mais do mesmo já realizado por Puliti (2013), mas com dois diferenciais positivos a

intenção específica da pesquisa de Fiera foi “observar a relação dos jornalistas/jornal com as fontes e das fontes com instituições e também para analisar os vínculos dos diretores do Banco Central com o sistema financeiro” (FIERA, 2018, p. 31, 36).

seu favor: uma estratégia metodológica sem falhas e cumprida à risca – e não ao sabor do que o pesquisador foi encontrando como resultados junto ao referencial empírico – e, também, o sentido de continuidade. Ao se apropriar de um tema já trabalhado por outra autora, Fiera (2018) conseguiu aprofundá-lo com o recorte de sua pesquisa.

Pela terceira vez consecutiva junto aos livros do corpus, a matriz teórica predominante é Pierre Bourdieu (1997), com seu “conceito de campo” (FIERA, 2018, p. 11). Assim, a autora de Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula apresenta o campo midiático, com muito do discurso responsável pela “produção e circulação de sentidos sociais”, entrelaçado a um “contexto” de “globalização sob o domínio da finança” (FIERA, 2018, p. 11). Aliado a este sentido também aparece “a hipótese da *agenda setting*”, que foi “formulada pelos pesquisadores estadunidenses Maxwell McCombs e Donald Shaw, nos anos 1970” (FIERA, 2018, p. 173, 179), ajudando na demonstração do processo de “agendamento da *FSP* através de seus editoriais sobre as reuniões do Copom”.

Ao apreciar Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula em busca da citação mais emblemática, que possa transmitir aos interessados a essência do livro, esta pesquisa escolheu não uma, mas sim duas citações. Justamente porque cada um dos trechos selecionados aborda individualmente os dois personagens expressos no subtítulo e relacionados na análise empreendida pela autora Letícia Fiera. Sobre o grande grupo de mídia paulistano, que atualmente é contado como o quarto maior do Brasil em faturamento, ela agrega informações quanto aos empreendimentos e à influência conquistada. O que remete ao próprio contexto de globalização financeira, fusões e/ou aquisições e concentração de mercado em que estão inseridas essa empresa e também as demais:

O comportamento do Grupo Folha sinaliza a incorporação destas “novas ideias gerenciais”. Nos anos 1980, ocorre o resultado de uma *joint-venture* com uma das maiores gráficas estadunidenses, 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, grande 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, pagamentos eletrônicos, jogos, sites de relacionamentos, datacenters (armazenamento e processamento de dados) e soluções em TI (tecnologia da informação). Também 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, lançam 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 os serviços⁸⁷, conforme atestou na época Flávio Pestana, presidente do *Valor* (FIERA, 2018, p.141-2).

Até chegar à análise principal e verificar como o assunto definição da Taxa de Juros Selic, realizada pelo Comitê de Política Monetária (Copom), esteve inserido nas páginas do jornal *Folha de S. Paulo*, durante todo o primeiro ano do Governo Lula (2003), Fiera aplicou a análise de redes sociais para demonstrar os vínculos existentes. São laços encontrados, na rede de cada um dos presidentes do Banco Central do Brasil⁸⁸, que tornam patentes como instituições financeiras do setor privado podem influenciar e/ou influenciam, na defesa dos seus interesses, as decisões de longo alcance do setor público brasileiro. Tal qual acontece com a política cambial fixada por um órgão visto como somente técnico, mas que é presidido, em geral, por profissionais egressos do e/ou com relações institucionais junto ao mercado financeiro privado. Sobre o presidente do BCB que após 20 meses no cargo é blindado pelo presidente da República – para não ter seu sigilo fiscal quebrado pelo Superior Tribunal Federal em razão de uma “suspeita de remessa ilegal de dinheiro ao exterior” (FIERA, 2018, p. 76) –, a autora observa:

Durante os oito anos de Governo Lula (2003-2010) o Banco Central teve apenas um presidente, Henrique de Campos Meirelles. Ele é engenheiro pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP, 1972). cursou Pós-Graduação em Análises Econômicas e em Finanças na Coppe – Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1973. Fez o curso de Mestrado em Administração na Coppead-UFRJ

⁸⁷ Na transcrição deste e de outros trechos relativos ao livro foram necessárias pequenas correções ortográficas.

⁸⁸ Neste caso, os cruzamentos apresentados (FIERA, 2018, p. 74-5) foram sobre os titulares do cargo entre os anos de 1995 a 2003. Os primeiros oito anos desse período correspondem aos dois mandatos presidenciais de Fernando Henrique Cardoso, que tiveram cinco presidentes do Bacen: Pêrsio Arida, de 11 de janeiro a 10 de junho de 1995, Gustavo Loyola, de 1995 a 1997, Gustavo Franco, de 1997 a 1999, Francisco Lopes, que ficou 15 dias à frente do cargo, e Armínio Fraga, de 1999 a 2002. O nono ano, 2003, refere-se ao início da gestão Lula.

em 1973. Em 1978, recebeu o grau de mestre em Administração pela UFRJ e, em 1984, concluiu o Programa de Administração Avançada da Universidade de Harvard, em Boston, nos Estados Unidos. Henrique Meirelles é Doutor Honoris Causa pelo Bryant College de Rhode Island, EUA. Em agosto de 2004, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva edita a Medida Provisória nº 207, na qual eleva o cargo da Natureza Especial de Presidente do Banco Central para *status* de Ministro de Estado. Desconhecemos os caminhos que levaram à escolha de Henrique Meirelles, pois não há laços pessoais, profissionais e acadêmicos que o integrariam ao grupo ministerial formado pelo Governo Lula (FIERA, 2018, p. 76).

Na etapa conclusiva de Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula, Fiera (2018, p. 184-193) apresenta os dados percentuais obtidos quanto à centralidade das fontes e também de seus vínculos. Das 95 instituições contabilizadas, o maior percentual de participação encontrado no noticiário econômico da *Folha de S. Paulo* foi o de 38% relativo às instituições financeiras. Tal percentual sobe para 41,2% de presença das instituições financeiras quando somado ao das associações de classe do setor financeiro – que ficaram em oitavo lugar entre as 10 categorias de fontes com 3,2% de participação. Quase o dobro do segundo maior percentual que foi de 21% para as associações de classe do setor não financeiro. A liderança no quantitativo das 185 fontes, ligadas às 95 instituições, também ficou com o setor financeiro que, entre instituições e associações de classe, correspondeu a 36,8% do total. Muito à frente do segundo lugar detectado entre empresas/grupos não financeiros e mais as suas entidades de classe, que atingiram a participação de 18,3% das fontes⁸⁹.

Outra constatação da autora foi a de que o jornal *Folha de S. Paulo* “sempre se posicionou pela redução das taxas de juros” e que “coincidentalmente as decisões do Banco Central a partir do mês de junho foram de reduzi-las” (FIERA, 2018, p. 182). A sutileza textual da autora (2018), ao invocar uma coincidência, é perfeitamente compatível com a hipótese da “agenda setting”, mas nestes termos

⁸⁹ Os dados percentuais completos da “Tabela 5 – *Folha de S. Paulo*. Jornalismo econômico. Abordagem do tema taxa de juros Selic. 2003”, de Fiera (2018, p. 186), revelam o seguinte *ranking* de presença no noticiário econômico para, respectivamente, as 95 instituições e 185 fontes vinculadas. O 1º lugar de “instituições/grupos financeiros” (com 38 e 34,6%); o 2º lugar de “associações de classe (setor não financeiro)” (com 21 e 14%); e o 3º lugar de “empresa de consultoria” (com 11,6 e 13%). Daí em diante os percentuais relativos às instituições e fontes vinculadas não correspondem mais à mesma faixa de classificação: “empresa/grupo não financeiro” (com 8,4 e 4,3%); “instituições acadêmicas” (com 6,3 e 12,4% – e ampla concentração da FGV e da Unicamp); “associações de classe/sindicatos (trabalhadores)” (com 4,2 e 3,8%); “Poder Executivo e órgãos estatais” (com 4,2 e 6,5%); “associações de classe (setor financeiro)” (com 3,2 e 2,2%); “associações profissionais” (com 2,1 e 1,1%); e “Poder Legislativo” (com 1 e 8,1%).

não precisa ser necessariamente provada. Menos ainda ser refutada porque fica no campo da possível influência do jornal *Folha de S. Paulo* junto à política cambial do Governo Lula. Até porque, ao término de 2003, a queda na taxa de juros foi da ordem de 10%, mas isso não impediu o periódico de continuar se manifestando contrariamente, conforme examinou e ressaltou Fiera (2018), por considerar tais reduções ainda muito baixas. Assim, em suas considerações finais, ela não resvalou no campo das cogitações e pode comprovar o seguinte:

[...] 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 que são mobilizadas. Por mais que haja polifonia presente 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 (FIERA, 2018, p. 193).

Não obstante a indicação de uma tendência, que é uma afluência em prol dos interesses do mercado financeiro, Fiera (2018) terminou atestando a predominância das fontes do setor financeiro, mas nem só isso. É esclarecedor perceber que, se há “polifonia” – várias vozes/fontes com discursos diferentes – até mesmo dentro das pautas financeiras presentes no jornalismo econômico, assim como é com a definição da taxa de juros Selic pelo Copom, então, não é plausível falar em discurso único. O correto, portanto, seria tratar a existência comprovada de um discurso hegemônico, seja do setor financeiro junto às pautas financeiras dentro do jornalismo econômico, seja do setor financeiro sobre todo o jornalismo econômico na contemporaneidade. Ou, dito de outro modo, o estudo de Fiera (2018) foi beneficiado ao partir dos apontamentos teóricos de Puliti (2013) e, com rigor científico, avançar tanto que derrubou a premissa do discurso único, uma influência bourdieusiana contida em ambas.

Junto ao livro de Fiera (2018), esta pesquisa coletou 913 expressões e/ou vocábulos ligados à economia que dizem respeito à contextualização da autora. Para encerrar o item de apreciação do nono e último livro do corpus, a Figura 7 – Nuvem de palavras para Fiera, 2018 traz uma síntese com as referências ao “Comitê de Política Monetária Copom”, ao “Banco Central do Brasil Bacen/BCB”, à “definição da taxa de juros/Selic”, à “ideologia do capital mundializado e financeirizado” e à

“Agenda Ultraliberal”, aos eventos “Sistema de Bretton Woods 1944”, “Consenso de Washington 1989” e “Plano Real 1994”, e à “desregulamentação dos mercados”, entre outros.

Figura 7⁹⁰ – Nuvem de palavras para Fiera⁹¹, 2018



Fonte: A autora (2020)

⁹⁰ A lista completa com 913 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de FIERA (2018) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2kvpyJN>. Publicado em: 20 set. 2019.

⁹¹ Ver Apêndice I – Perfil de Leticia Fiera na página 213.

5. O EIXO DE ORIGEM PROFISSIONAL

Conforme a classificação proposta nesta pesquisa, este capítulo reúne e apresenta uma apreciação individual para cada um dos três livros que compõem o eixo de origem profissional. O que liga, assim, os autores Claudio Lachini (2000), Suely Caldas (2003) e José Venâncio de Resende (2005). Para além disso, é um traço inerente desses livros a recorrência à técnica de entrevistas realizadas pelo autor – em apenas um deles não é possível definir se as entrevistas partem ou não do autor – e a ausência de alguma teoria que norteie os estudos.

5.1. CLAUDIO LACHINI (2000) – ANÁBASE – HISTÓRIA DA *GAZETA MERCANTIL*

Como o título do livro insinua, no sentido figurado, o grande fito pretendido pelo autor Claudio Lachini é remontar a epopeia trilhada, durante 80 anos, por um jornal impresso especializado em assuntos econômicos que, dentre suas realizações, atingiu abrangência e relevância nacional e internacional. Nas 332 páginas da publicação da editora Lazuli, lançada no ano 2000, a *Gazeta Mercantil*⁹² é defendida e apresentada como um agente responsável pela “última revolução da imprensa brasileira no século XX” (LACHINI, 2000, p. 7).

O contexto de elaboração de Anábase – História da *Gazeta Mercantil* se dá, de acordo com Lachini (2000, p. 13), “entre 1º de dezembro de 1999 e 29 de fevereiro de 2000, em Guarapari (ES) e São Paulo (SP)”. Cumpre saber ainda que o responsável pelo livro é alguém que procurou observar o distanciamento dos fatos narrados, muitas vezes vividos por ele mesmo, embora conserve um tom ufanístico em relação à trajetória da *Gazeta Mercantil*. Afinal, Lachini ingressa neste jornal em 3 de junho de 1974 e passa por várias funções como “secretário de Redação Adjunto; secretário de Redação; secretário geral de Redação; diretor de Redação de Revistas; diretor regional do Paraná, em Curitiba; diretor nacional de Circulação; diretor-executivo de Publicidade, Marketing e Vendas” e, enquanto elabora a saga do veículo, ocupa o cargo de diretor comercial. Ademais, convém ter em mente que

⁹² A *Gazeta Mercantil* encerra suas atividades em 29 de maio de 2009, quando circula pela última vez em edição impressa e digital. Neste episódio, Luiz Fernando Levy ainda pertencia ao quadro de acionistas do grupo, mas o acionista majoritário desde 2003, em função de uma crise nas finanças, era o empresário Nelson Tanure, da CBM (Companhia Brasileira de Multimídia). Tanure arrenda a empresa nos mesmos moldes do que havia feito com o *Jornal do Brasil* em 2001. Sob a alegação de que não tinha como pagar os mais de R\$ 200 milhões herdados como dívidas trabalhistas, em maio de 2009, Nelson Tanure desfaz o contrato e devolve a *Gazeta Mercantil* a Luiz Fernando Levy. Em julho de 2016, a marca renasce num projeto digital intitulado *Gazeta Mercantil Experience*, que foi um especial de negócios relacionado aos Jogos Olímpicos Rio 2016. Contudo, a ação não vingou.

a editora Lazuli se apresenta ao mercado como “uma editora e produtora de conteúdo customizado”, destinada a “comunicar marcas em diferentes mídias”⁹³.

Exposto isto, Claudio Lachini demonstra em seu livro como as mudanças ocorrem na *Gazeta Mercantil*, substancialmente, a partir da noite de 8 de agosto de 1974, por deliberação de um grupo de jornalistas. Eram as repercussões do Caso Watergate, com direito à análise e projeções muito qualificadas para o mercado ante os demais veículos, funcionando como o estopim de uma guinada nos rumos do jornal. O veículo detinha então 54 anos de existência, até certo ponto modesta, e começava a se lançar numa empreitada capaz de mudar seu status. Deixaria de ser “um pequeno diário econômico e financeiro” para tornar-se reconhecidamente “o principal jornal de economia, finanças e negócios do Brasil” (LACHINI, 2000, p. 17, 19). Coube ao jornalista Roberto Müller Filho, num segundo momento, porém mais decisivo e longo, implementar a iniciativa que vinha sendo gestada, desde o início dos anos 1970, por Herbert Levy e sua família – os proprietários da *Gazeta Mercantil*. Não sem razão de ser, lá estava de novo o “milagre econômico brasileiro” no caminho do jornalismo econômico praticado por aqui.

O governo militar do presidente Emílio Garrastazu Médici (1969-1974) estava gerindo um *boom* econômico no País. A produção e as exportações cresciam continuamente e a euforia era a pedra de toque oficial: os capitais chegavam em abundância; despejava-se dinheiro na floresta amazônica (Rodovia Transamazônica) e o ministro da Fazenda, Antonio Delfim Neto⁹⁴, difundia a necessidade de fazer o bolo crescer para depois dividir. O hoje deputado nega a autoria da frase, mas o conceito é confirmado por testemunhos da época e por Thomas Skidmore, em “Brasil: de Castelo a Tancredo”. Os índices de crescimento do Produto Interno Bruto estavam na faixa dos 10% ao ano. A hora, portanto, havia chegado, decidiu Luiz Fernando, com o assentimento do pai e dos irmãos, segundo relato de Omar.

Este sabia que a tarefa não seria fácil: o Brasil possuía alguns jornalistas especializados em economia, mas ninguém tratava de negócios na imprensa diária, tema restrito às colunas sociais ou às “matérias pagas”, publicadas em jornais de público e credibilidade restritos (LACHINI, 2000, p. 20).

Tal relato, que é um dos primeiros trazidos no livro sobre a *Gazeta Mercantil*, por si só corrobora uma das interpretações apresentadas originalmente por Quintão

⁹³ Ver site da empresa. A LAZULI. Disponível em: <http://lazuli.com.br/a-lazuli/>. Acesso em: 25 mai. 2019.

⁹⁴ [sic Netto]

(1987), em O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964. Qual seja, o jornalismo de economia no Brasil torna-se organizado e floresce, efetivamente, por ação política do regime militar instaurado, após o referido ano representativo para a nação e também tal área específica do jornalismo.

A intenção de Claudio Lachini é proporcionar um memorial que, segundo ele próprio, “ora é narrativo, ora é descritivo em benefício da fidelidade aos fatos” (LACHINI, 2000, p. 13). O trabalho, que atende a uma tipologia histórica, é desenvolvido de modo não linear e com muitas informações entrecortadas por floreios e adjetivações. Algo compreensível porque a maior preocupação de Lachini não é dar objetividade aos acontecimentos, mas sim exatidão. Devido à amplitude de detalhes cronológicos e técnicos encontrados em Anábase – História da Gazeta Mercantil, Lachini (2000) entrega aos interessados muito mais do que o pretendido registro da memória de vida do jornal como um todo. Porque, convém ressaltar, ao longo do livro são inúmeros os exemplos relatados de como é fazer não só jornalismo econômico, mas também, de um modo geral, o jornalismo corretamente. Na verdade, Lachini (2000) vai contando como se age jornalisticamente na cobertura das matérias, na condução e estruturação de uma redação, nas escolhas de projetos gráficos e até mesmo, administrativamente falando, como se operam as decisões de um grupo editorial. Tudo pela via das experiências protagonizadas pelo veículo *Gazeta Mercantil* e seus personagens/suas circunstâncias. Trata-se do apogeu de um jornal que não existe mais.

Assim, para compreender a importância relativa ao extinto veículo – uma espécie de grife do jornalismo econômico no Brasil –, recorre-se a uma compilação referente a um dos episódios narrados por Lachini (2000). O trecho a seguir, já sintetizado, corresponde à citação emblemática de Anábase – História da Gazeta Mercantil:

O ano de 1979 foi provavelmente o “mais quente” de toda a história da “Gazeta Mercantil”. Mas não por causa da greve. Na tarde de 21 de agosto, Müller entregou um documento oficial carimbado como “Secreto” ao secretário geral e pediu que um bom redator fosse escalado para fazer o texto. Era o acordo de acionistas entre a Nuclebrás e a Kraftwerk Union, constituindo a Nuclen, empresa de tecnologia e comercialização de equipamentos nucleares integrante do acordo Brasil-Alemanha. [...] Sidnei Basile, o diretor da sucursal, já estava informado pelo editor-chefe e entregou a tarefa de ouvir o ministro das Relações Exteriores, Saraiva Guerreiro, à brava repórter Míriam Leitão.

Míriam falou com o ministro, que nada quis declarar, mas prontamente informou ao cunhado, general Octávio Medeiros, chefe do Serviço Nacional de Informações. Estava deflagrado o processo de pressões. [...] na conversa entre pai e filho, recorda Luiz Fernando, este sugeriu fechar o jornal no dia seguinte caso a matéria não fosse publicada. O “Doutor Herbert” concordou com a publicação. Seguidos os trâmites, Müller ainda discutiu com a secretaria se a matéria deveria ser manchete ou “dobra”, como se chama a segunda matéria em importância na primeira página. Decidido pela manchete, debateu-se o título, que saiu comedido, em três linhas, como já era tradição:

“O PODER DE DECISÃO NA NUCLÉN”.

A matéria contava que, embora a Nuclebrás participasse com 75% do capital da nova empresa e designasse o seu presidente, este não tinha poder de voto e que os alemães da Kraftwerk Union, com 25% do capital, deteriam as diretorias de tecnologia e comercial, que na verdade tinham o poder de decisão. O acordo havia sido assinado em 17 de dezembro de 1975, portanto havia sido escondido da sociedade brasileira por quase quatro anos. Sidnei Basile suspeita que o governo temia que a “Gazeta Mercantil” tivesse informações sobre o fosso para explosões nucleares que estava sendo construído no sul do Pará e do qual o País só tomou conhecimento nos anos 90, quando o presidente Fernando Collor de Mello, em início de mandato, mandou destruir (LACHINI, 2000, p. 77-8).

Em Anábase – História da *Gazeta Mercantil*⁹⁵, o resumo da matéria está contido nos principais episódios narrados por Lachini (2000) sobre o periódico. São eles as circunstâncias em torno da fundação e sucessivas vendas do veículo, até que ele fosse comprado pela Família Levy⁹⁶ (LACHINI, 2000, p. 62-3); como, em 1977, a *Gazeta Mercantil* foi parar na TV Bandeirantes com o programa “Crítica e Autocrítica”, que se mostrou “um importante instrumento de divulgação” do jornal

⁹⁵ Os 22 capítulos da obra são: I. “Especula-se na Barão de Limeira”, II. “Resistência ao ‘vapor federal’”, III. “Uma contingência humana”, IV. “Um ano muito quente”, V. “Os novos planos de Deus”, VI. “Um líder de mercado”, VII. “Eleições livres e espontâneas”, VIII. “Debatem-se as questões nacionais”, IX. “Aos operários, iogurte”, X. “O capital é o conhecimento”, XI. “Revivendo Simon Bolívar”, XII. “Ocupando o Brasil real”, XIII. “A maior obra do século”, XIV. “InvestNews, Internet, Intranet”, XV. “Casa de ferreiro, espeto de pau”, XVI. “Um viveiro de idéias”, XVII. “Memória, Ciência e Cultura”, XVIII. “Cenários sob medida”, XIX. “Logística na hora certa”, XX. “Antecipando a globalização”, XXI. “Gráficas sem fronteiras”, e XXII. “Informação e conhecimento”. Além disso, nela existe o refinamento de 15 páginas – perfeitamente legíveis – dedicadas a reproduzir graficamente parte do acervo da *Gazeta Mercantil*, por intermédio de seus momentos-chave em capas ou seções do veículo, do início em 1920 até a chegada à web em 2000; e, também, o detalhamento em nove páginas de um índice onomástico.

⁹⁶ De acordo com Lachini (2000, p. 62-3), a “‘Gazeta Mercantil’ lançada por Francesconi no dia 3 de abril de 1920, um sábado, era mimeografada em tamanho ofício e se destinava ao perfil do mercado paulista, já então na ponta da economia nacional. Para o mercado financeiro, apenas algumas poucas linhas”. A Família Levy entra em cena, com a publicação do “Boletim Comercial Levy”, apenas em 1929, com o episódio do Grande Crash da Bolsa de Valores de Nova Iorque. Em 1933, Herbert Levy começa a publicar a “Revista Financeira Levy”. “‘A Gazeta Mercantil Comercial e Industrial’ foi comprada ao sucessor de José Francesconi, outro italiano, de nome Pietro Pardini, e ao novo jornal resultante da incorporação se juntou ainda a palavra ‘Financeira’. O título, portanto, àquela altura, era ‘Gazeta Mercantil Comercial Industrial e Financeira’”.

“junto ao público” (LACHINI, 2000, p. 131); e também “a abertura de capital da Gazeta Mercantil S/A, ocorrida em 30 de outubro de 1993”, sendo “a primeira empresa jornalística brasileira” que o fez (LACHINI, 2000, p. 70).

Ao mergulhar nas minúcias por trás da história dos 80 anos da *Gazeta Mercantil*, Lachini faz brotar alguns momentos, às vezes importantes de fato e em outras vezes apenas curiosos, do jornalismo econômico no Brasil. Ele também o consegue por meio de suas notas de rodapé e, muito possivelmente, sem se dar conta disso. Assim, em seu passeio pela trajetória do veículo editorial, o autor traz uma questão concernente a este que foi, sem dúvida, um jornal formador de profissionais da cobertura econômica:

O risco de todo investimento, tempo, paciência, é o de treinar mão-de-obra para a concorrência. Ao longo dos últimos 25 anos, no entanto, foram muitos os casos em que o profissional, mesmo tendo sido convidado para receber salário maior em outra empresa, acabou optando por ficar na “Gazeta Mercantil”. E quando foi, sentiu a alegria de um comprador de barco ou de sítio, do qual se diz ter duas: uma quando compra, outra quando vende. A satisfação da volta tem sido tão grande quanto a da saída (LACHINI, 2000, p. 100).

Após o trecho, isento de qualquer pretensão, em sua 26ª nota de um total de 88, Lachini situa o leitor quanto ao panorama de uma competição em curso: “Quando este livro estava sendo escrito, montava-se a redação de novo jornal que concorrerá diretamente [...]. Quase toda a sua redação foi recrutada entre jornalistas ex-funcionários ou dos quadros ativos da ‘Gazeta Mercantil’” (LACHINI, 2000, p. 100). Sem citar o nome do novo veículo, mas destacando se tratar de uma parceria entre *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, ele está remetendo ao início estrutural do veículo concorrente que, fundado em 2 de maio de 2000 debaixo da força de dois grandes grupos editoriais para atuar no mesmo segmento da *Gazeta Mercantil*, ajudou a precipitar a derrocada desta. Para o jornalismo de economia no Brasil, era o ponto histórico do nascimento da então *joint venture* societária – uma associação entre duas ou mais empresas já existentes para formar outra com personalidade jurídica própria – *Valor Econômico*⁹⁷.

⁹⁷ Atualmente só o Grupo Globo é detentor do veículo, já que em 13 de setembro de 2016 comprou os 50% acionários que pertenciam ao Grupo Folha. No site de *Valor Econômico*, a sessão que conta os 15 anos de existência do jornal diz: “Em 2005, menos de dois anos depois dos dois grandes baques que afetaram a empresa, o Valor já era o líder em publicidade legal entre jornais de circulação nacional e sua tiragem ultrapassava os 60 mil exemplares diários. A concorrente *Gazeta*

Também é marcante o momento em que Lachini apresenta os números da saga empresarial do veículo de jornalismo econômico *Gazeta Mercantil* em 1998:

São 21 jornais, contada a edição nacional, a maior cadeia de diários do Brasil, ainda maior do que a rede formada pelo legendário Assis Chateaubriand. As redações, incluindo-se as do jornal nacional, empregam perto de 500 jornalistas, praticantes do manual do Molina, um toque de rigidez espanhola no rio que está formando o seu canal de navegação. Os jornais são feitos pelas URNs e têm conteúdo editorial e publicitário próprio. Tratam de assuntos locais com a mesma seriedade e profundidade da 'Gazeta Mercantil' e são fonte de consulta dos assinantes, bem como de divulgação das notícias, marcas, empresas, produtos e serviços de cada região. As tiragens variam conforme o número de assinantes e tendem a cobrir todo o pequeno e médio comércio, além dos negócios qualificados de todos os tipos (LACHINI, 2000, p. 180).

Sob o título "Informação e conhecimento", o capítulo 22 do livro de Lachini (2000) apresenta as considerações finais do autor que narra os então 80 anos da *Gazeta Mercantil*. Depois de quase 20 anos de sua publicação, a leitura impressiona pela atualidade com que vislumbra o mercado editorial jornalístico e jornalístico de economia no Brasil. Nisto surge uma expressão corriqueira para os dias atuais, adequada para sintetizar a miscelânea das outrora bem-definidas ocupações incluídas na área da comunicação e sua subárea que é o jornalismo. Trata-se do guarda-chuva conceitual, praticamente sem fronteiras, que atende pelo jargão da produção de conteúdo, e que nem era comum à época. Ao que o autor explica:

Em países desenvolvidos há uma enorme quantidade e variedade de publicações para cada setor da economia. [...] No Brasil, essa informação específica para cada área da atividade econômica era – e é – muito incipiente. O que a "Gazeta Mercantil" fez foi tentar atender essa demanda de conteúdo (LACHINI, 2000, p. 307).

É somente nesse derradeiro capítulo de Anábase – História da *Gazeta Mercantil* que Claudio Lachini se vale de um autor em específico para embasar sua abordagem. Assim, cabe a Umberto Eco a matriz teórica norteadora da conclusão do livro. As projeções de Lachini já eram, em boa medida, as piores possíveis para aqueles que dessem as costas para a urgência de democratização da notícia (a

informação), do saber (o conhecimento), e de um nível de especialização crescente. Algo que, para o indisfarçável orgulho de Lachini (2000), a *Gazeta Mercantil* já estava fazendo e se empenhando cada vez mais por fazê-lo.

A independência está diretamente ligada ao exercício da liberdade de informar e, como conquista do dia-a-dia, gera credibilidade – isto é, se obtém um crédito junto ao leitor, assegurando-lhe que o veículo cumpre certos rituais de apuração – ouvir as partes, dar direito de defesa ao acusado, *fazer o contraditório*, como diz Sidnei Basile, mesmo quando isso não agrada ao personagem. E, ao mesmo tempo, zelar pela ética e pela estética das relações humanas. Esta é a resposta ao “novo papel do jornal”: embutir em seu código “genético” a capacidade de curar as feridas que inflige à sociedade. Como? Pelo *exercício do contraditório*.

Em 1997, um grande jornal brasileiro – pela sua história, circulação e prestígio – mandou fazer uma pesquisa no Congresso Nacional. Queria saber qual era o veículo de maior credibilidade do País. Para decepção de seus diretores, o primeiro lugar ficou com a *Gazeta Mercantil*: 75% dos deputados e senadores consideraram-na o jornal mais confiável e 65,4% o menos arrogante. “É o único que não manipula a opinião pública”, revelou a pesquisa. Em 1998, outra pesquisa nos Estados Unidos por um instituto idôneo sobre em que veículo os empresários norte-americanos com interesses na América do Sul se informavam, novamente o primeiro lugar coube à *Gazeta Mercantil*: 26,5% dos entrevistados, disparadamente à frente do segundo, o “*The Wall Street Journal*”, que obteve 17%, vindo em terceiro “*The Economist*”, com 10,3%. Os demais jornais brasileiros classificados na pesquisa foram “*O Estado de S. Paulo*”, com 5,5%, e “*O Globo*”, com 2,0%. O “*Financial Times*” obteve 3,0% (LACHINI, 2000, p. 307-8).

Como se tem visto, em especial na última década, várias dessas conjecturas vêm sendo confirmadas. Principalmente, ele concorda com as indicações de Eco (LACHINI, 2000, p. 309-10), quanto a uma imprensa que perde importância junto ao leitor e que está focada, enormemente, em dar espaço à informação rasa dos mexericos do dia a dia e aos brindes colecionáveis que, por fim, não promovem a leitura. Como é o caso de “painéis, televisores” e “CDs”.

Já outras perspectivas para o futuro, como os “últimos suspiros” do “mundo amador” (LACHINI, 2000, p. 314), não são tão acertadas para dizer o mínimo. Pois o próprio veículo *Gazeta Mercantil*, em que pese todos os esforços em prol da qualidade editorial graças à formação de seu capital humano, acaba por sucumbir ao binômio endividamento e concorrência de mercado. Fatores que, geralmente, resultam em mais concentração de um mesmo mercado, num prejuízo óbvio para seu público. No entanto, isso não retira a reflexão que Lachini enseja ao leitor

quando descreve a troca de experiência protagonizada por Matías M. Molina, ouvinte que representara a *Gazeta Mercantil*, e Ulrik Haagerup, palestrante pelo jornal de maior circulação na Dinamarca – o *Morgenavisen Jyllands-Posten*. A seguir, a síntese do autor (LACHINI, 2000, p. 311) para o que se passou durante o “52º Congresso Mundial de Jornais” e a “6ª Conferência do Fórum Mundial de Editores, realizados em Zurique, na Suíça, de 13 a 16 de julho de 1999”.

“Muitos editores esqueceram que somos jornalistas” e “que estão no cargo não por serem competentes nas reuniões com o pessoal do marketing ou do orçamento”, disse Ulrik Haagerup, seu editor-chefe. Segundo Molina, ele lamenta que o pessoal que sai das escolas de administração passou cada vez mais a assumir o comando dos jornais. “Esse pessoal – diz ele – insiste em afirmar que um jornal não é um jornal, é um “produto”, e que não devemos dizer leitores e sim “clientes”. “Isto é uma estupidez”, disse Haagerup, para quem o jornal é o instrumento mais importante da sociedade democrática. O jornalismo é parte do negócio da informação e não do entretenimento. E informar bem significa dar às notícias a prioridade que têm e não perguntar para as pessoas o que elas querem. A redação do jornal – segundo o informe de Molina – percebeu que o leitor também vê TV e passou a fazer mais reportagens e a dar informações com maior profundidade (MOLINA citado por LACHINI, 2000, p. 312).

Inexistem referências bibliográficas organizadas formalmente em Anábase – História da *Gazeta Mercantil*. Dentro de seu plano de trabalho, o autor escolhe privilegiar somente as notas de rodapé tanto para comentários e explicações adicionais, ressaltar os depoimentos obtidos e, muito pontualmente, fazer referência a uma ou outra obra citada e/ou consultada. Nelas não há presença dos antecessores Quintão (1987) e Kucinski (1996). Apesar disso, o título de Lachini (2000) traz como personagens do jornalismo de economia no Brasil, por terem sido eles jornalistas que trabalharam e se moldaram no veículo cuja história é objeto de seu livro, simplesmente três dos nove autores responsáveis pelo corpus desta pesquisa. Ali estão mencionadas as contribuições de Bernardo Kucinski (entre 1974 e 1976), Sidnei Basile (do final dos anos 1970 até meados dos anos 1990) e Suely Caldas (de 1976 a 1986) a serviço do jornal *Gazeta Mercantil*. Todavia, pela relevância dos cargos ocupados no periódico, somente Sidnei Basile é quem figura como um dos 57 personagens⁹⁸ entrevistados para confecção do livro. Por isso

⁹⁸ Os 57 depoimentos coletados (LACHINI, 2000, p. 319-20), que ilustram cada parte da trajetória do veículo, são de Andrea Wolffenbütel, Antonio Carlos Cortese, Antonio Gouveia Jr., Anthony de

mesmo, seu nome e desempenho são lembrados diversas vezes em Lachini (2000). Graças às entrevistas, a estratégia metodológica do livro é uma alternância entre escrever e transcrever (LACHINI, 2000, p.13).

Cabe frisar que os três livros nacionais sobre jornalismo econômico, com maior repercussão e/ou vendagem, são justamente os assinados por cada um dos três autores deste corpus lembrados por Lachini (2000). Todos eles, Kucinski, Basile e Caldas, são oriundos da e formatados na escola *Gazeta Mercantil* de jornalismo econômico.

Os termos ou expressões congêneres da ciência econômica, detectados em Anábase – História da *Gazeta Mercantil*, estão disponíveis no levantamento desta pesquisa que listou 680 ocorrências. Ao encerrar a apreciação do terceiro livro do corpus, a Figura 8 – Nuvem de palavras para Lachini, 2000 sintetiza os termos mais importantes na contextualização feita pelo primeiro autor do eixo profissional – que segue sendo único porque, até agora, somente a história deste veículo de jornalismo econômico foi contada em livro. Por isso, na respectiva figura estão representadas as menções ao “milagre econômico brasileiro (1969-73)”, à “economia industrial capitalista”, à “empresa jornalística”, aos “jornalistas especializados em economia”, à condição do veículo *Gazeta Mercantil* como um “diário econômico e financeiro”, aos “resultados das empresas/fusões e aquisições”, aos “empreendedores da democratização da notícia”, à “abertura de capital da *Gazeta Mercantil S.A.*”, à “economia de mercado”, à “macroeconomia”, à “microeconomia”, aos “grandes temas nacionais de interesse do empresariado”, à figura do “*entrepreneur/empreendedor*”, ao papel dos “jovens economistas da Unicamp”, além da “responsabilidade econômica e social da empresa brasileira”, entre outros.

Christo, Carlos Lovizzaro, Claudia Safatle, Darlington Bernardes, Dirceu Martins Pio, Dirceu Rubens Graciano Brisola, Eduardo Sganzerla, Fernando Martins, Getulio Bittencourt, Gilberto Lanuzza Pauletti, Glaucio Antônio Mello de Carvalho, Gustavo Aranha, Henrique Alves de Araújo, Herbert Victor Levy, Hideo Onaga, Jonas Andrade Jr., Jorge Bahia Araujo, José Andretto Filho, José Antônio de Camargo Barros (Tom Camargo), José Antonio Severo, José Aurino Casado, José Pardini, José P. Martinez, Lúcio Benquerer, Luiz Fernando Ferreira Levy, Luiz Fernando Levy Filho, Luiz Carlos Bueno de Mattos, Klaus Kleber de Souza e Silva, Marco Antonio Gomes, Marcos D’Alessandro, Marina Mitiko Shimamoto, Mario Alberto de Almeida, Matías M. Molina, Miguel Magalhães Dyna, Milton Wells, Omar Bittar, Onildo Brito de Candalice, Ottoni Fernandes Júnior, Paula de Castro, Paulo Totti, Raimundo Pinto, Reinaldo Paes Barreto, Ricardo Moraes, Roberto Baraldi, Roberto Müller Filho, Roberto de Souza Ayres, Rosa Dalcin, Rosvita Sauesserig, Rubens Rolla Filho, Sérgio Gomes, Sidnei Basile, Valério Antonio Fabris, Victor Pagliari Levy e Xerxes Gusmão Neto.

Figura 8⁹⁹ – Nuvem de palavras para Lachini¹⁰⁰, 2000

Fonte: A autora (2020)

⁹⁹ A lista completa com 680 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Lachini (2000) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2IbUCGv>. Publicado em: 2 mar. 2020.

¹⁰⁰ Ver Apêndice C – Perfil de Claudio Lachini na página 205.

5.2. SUELY CALDAS (2003) – JORNALISMO ECONÔMICO

Na literatura específica sobre jornalismo econômico no Brasil, o quinto livro a ser publicado, em 2003, pela editora Contexto¹⁰¹, é justamente o primeiro título assinado por uma autora. O livro de Caldas (2003) está, atualmente, em sua terceira edição. Do seu lançamento até 2018, há somente mais um título no eixo profissional dos livros sobre o tema, que é Resende (2005). Algo que revela, no mínimo, um descompasso do setor editorial também com a presença feminina majoritária na editoria de Economia. Pois, conforme os apontamentos de Caldas, as mulheres começam a chegar num espaço então dominado por homens na década de 1980 e, rapidamente, já no início dos anos 1990, elas assumem a proporção de 70% da força de trabalho. Inclusive ocupando os principais cargos de chefia¹⁰². Em relação ao passado que atualmente beira os 30 anos, o comentário da autora sobre o mercado que se tornou efetivamente feminino é oportuno: “Todas comandavam homens e nunca se soube de problemas de competição ou de chilikues de quaisquer dos lados” (2012, p. 33).

Distante de qualquer tipo de embate ou posição reivindicatória, seja para seu gênero, seja para sua classe profissional, Caldas (2003) escreve debaixo da experiência de mais de 25 anos como jornalista de Economia nas redações e ruas. Assim, seu texto é frequentemente povoado pelos episódios vividos por ela ou, eventualmente, por outros profissionais. As experiências que vão emergindo como exemplos – para os já alocados na editoria econômica, os que estão chegando e os que por ela não de optar – constituem boa parte do serviço autoral oferecido em Jornalismo econômico.

Caldas (2003) recorre a um dos princípios basilares do bom jornalismo moderno para deixar sua contribuição para a área. O principal objetivo do livro é demonstrar como a editoria econômica pode ser beneficiada – tendo em vista o maior entendimento do público médio – com um texto claro, objetivo, simples e, por isso mesmo, acessível às diferentes camadas da sociedade.

Para ela, definitivamente, não importa qual assunto o jornalismo está cobrindo. O que importa é o jornalista contar os fatos, preferencialmente após uma

¹⁰¹ O livro de Caldas (2003) faz parte da Coleção Comunicação, que já lançou outros 28 livros, sendo a maioria deles voltados a algum tipo de jornalismo especializado.

¹⁰² As respectivas editoras dos veículos *O Globo*, *Estadão*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *Gazeta Mercantil* e *TV Globo* são citadas como exemplo de destaque: Joyce Jane, Célia Chaim, Leonora de Lucena, Cristina Calmon, Claudia Safatle, Maria Clara do Prado, Beth Cataldo, Célia Gouvêa Franco, Angela Bittencourt, Vera Brandimarte e Lilian Witte Fibe (CALDAS, 2012, p. 33).

apuração exaustiva, até mesmo para tentar fazer história (CALDAS, 2012, p. 75), graças à eficácia de um bom texto. Neste sentido, Caldas (2003) se assemelha a Basile (2002). É dessa combinação, texto bem-feito e busca da credibilidade junto ao público, que Suely Caldas dá a tônica de seu livro. E destaca a necessidade de evitar qualquer mínimo deslize, tendo em vista a manutenção da credibilidade conquistada.

Sob uma tipologia de manual prático, mesclando vários relatos, os interessados encontram uma sucessão de conselhos para exercer tal ofício. Em vários momentos eles se aplicam à prática jornalística geral. Suas recomendações quase sempre vêm permeadas pelas vivências de Caldas durante a execução de suas muitas reportagens. O trecho a seguir sintetiza, de maneira emblemática, a proposta da autora:

O texto de economia exige esforço extra do repórter para traduzir, em linguagem clara e acessível, a frieza dos números, os termos técnicos e herméticos usados pelas fontes de informação, pesquisas, balanços, relatórios e documentos do governo. É preciso, sobretudo, saber interpretar com simplicidade e agregar novos dados para projetar e oferecer ao leitor indicações de tendências, para que ele possa planejar sua vida ou seus negócios. As pesquisas mensais do IBGE sobre produção industrial e desemprego, o resultado do mês da balança comercial, por exemplo, são informações que chegam ao repórter de forma técnica e fria. Ao escrever, ele não deve seguir o *script* que leu ou ouviu. Se assim o fizer, vai apenas reproduzir para o leitor a chatice das expressões típicas do economês, que o cidadão comum não é obrigado a conhecer (CALDAS, 2012, p. 84-5).

O contexto de elaboração do livro é o início dos anos 2000 e o estudo é direcionado para o mercado. Caldas também lecionou jornalismo econômico junto à PUC-Rio, mas não menciona qualquer relação de seu livro com o ambiente acadêmico. A justificativa da autora é orientar o jornalista de economia para que ele não faça de seus textos algo “difícil e chato” em função do “chamado ‘economês’”, que ouve de suas fontes (CALDAS, 2012, p. 9).

Haja vista que o livro só tem uma pequena bibliografia comentada composta de 13 títulos, sugestão de leitura capaz de servir como inspiração técnica a bons narradores de histórias/reportagens, não é possível determinar sua matriz teórica. Dessas obras apenas duas são especificamente sobre jornalismo econômico: Kucinski (1996) e Basile (2002).

Nas 136 páginas do livro de Caldas (2003), neste corpus o menor livro em número de páginas, a relação com ambos os autores é quase que acidental. De Basile (2002) ela evoca uma sentença sobre o dito “milagre econômico” e outra referente à chatice atribuída, pelo público em geral, às páginas da editoria de Economia dos jornais impressos (CALDAS, 2012, p. 18, 85). De Kucinski (1996) ela recobra o exemplo que este trouxe de uma matéria ininteligível a respeito da URV, Unidade Real de Valor (CALDAS, 2012, p. 86).

Certo é que a perspectiva de abordagem de Suely Caldas em Jornalismo econômico é crítica. Isto porque, a todo instante, para um problema apontado na prática da profissão ela trata de indicar, imediatamente, o jeito como ele pode ou deveria ser corrigido. De tal forma que ela destaca:

Conhecer essa breve história sobre as fragilidades da economia brasileira é fundamental para o jornalista de economia agir no cotidiano, dar rumo à sua apuração, escolher fontes de informação, lidar com políticos e quem mais administrar dinheiro público, saber o que perguntar, o que escrever. Quem sabe, no futuro, os textos dos repórteres não indicarão apenas fragilidades, mas prosperidade, e serão eles dispensados de mencionar o nome do ministro da Fazenda com a frequência que a minha geração citou os de Pedro Malan e Antonio Palocci (CALDAS, 2012, p. 71).

Além do mais, sua visão da área não se resume a escolhas dicotômicas tais quais, por exemplo, ou só reportar a macroeconomia ou só a microeconomia; ou só pensar no público dos empresários ou só no dos cidadãos assalariados. Trata-se de uma autora de viés não excludente e até mesmo abrangente ao apresentar questões, seus desdobramentos e vaticínios como este: “O problema não é a imprensa que cobre demais o governo, é o país que ainda depende muito do governo. Só o progresso econômico e a redução da pobreza serão capazes de mudar esta realidade” (CALDAS, 2012, p. 82).

Entre suas análises principais, a autora fala sobre as condições inerentes, as rotinas e até mesmo os percalços observados na esfera da editoria de jornalismo econômico. Caldas (2003) consegue diagnosticar um momento de transição para esta área, ligada à forma assumida pelo noticiário de economia no Brasil através dos tempos. Sua afirmação é precisa e, talvez, seja até mesmo capaz de explicar o porquê de, mais recentemente – considere as últimas três décadas –, a linguagem

do jornalismo econômico brasileiro não elucidar as dúvidas da maior parte da população. Em especial a vertente telejornalística:

Abolida a censura, hoje o jornalismo econômico na tevê é menos preocupado com a explicação didática e em prestar serviços, sendo mais focado na conjuntura, nos efeitos das sucessivas crises econômicas dos últimos quinze anos, crises que afetam a vida das pessoas indistintamente, sejam pobres ou ricos. Mesmo os noticiários de horário nobre, de maior audiência, trazem assuntos econômicos relevantes, sem a preocupação obsessiva com o didatismo de Marco Antonio e Joelmir. Os sucessivos acordos com o Fundo Monetário Internacional (FMI), as polêmicas sobre as taxas de juros, o crescimento ou a queda da produção industrial e agrícola, o salto da balança comercial, o aumento do desemprego, todos esses são assuntos que passaram a ser abordados, com naturalidade, nos principais telejornais do país (CALDAS, 2012, p. 24).

O livro Jornalismo econômico de Suely Caldas está organizado em cinco capítulos que são: 1. “A história”; 2. “O mercado de trabalho”; 3. “O dia a dia do jornalista de economia”; 4. “Jornalismo econômico on-line”; e 5. “As emoções das boas reportagens”. Em seu transcorrer, a autora utiliza uma série de depoimentos de profissionais da área e algumas pesquisas como estratégia metodológica.

No entanto, não remete em nenhum momento à origem das falas. Assim, o leitor fica sem saber se são entrevistas e/ou conversas¹⁰³ da autora com tais personagens da história do jornalismo econômico no Brasil, especificamente para a publicação de sua obra, ou se, simplesmente, são reproduções de entrevistas concedidas a outros jornalistas. Fato é que, sem sombra de dúvida, o relato desses personagens enriquece as informações apresentadas no livro.

Do mesmo modo, não há conclusão formal. O quinto e último capítulo passa em revista as grandes reportagens assinadas pela jornalista Suely Caldas. Uma para a *Folha de S. Paulo* e as demais para *O Estado de S. Paulo*, com algumas inclusive

¹⁰³ Pela ordem de entrada dos 13 depoimentos no livro Jornalismo econômico (CALDAS, 2012), são eles: Joelmir Beting (sociólogo e jornalista que deixa a cobertura esportiva para, em 1966, de transferência para a *Folha de S. Paulo*, iniciar a editoria Automóveis e, em 1970, levar sua coluna de Economia da *Folha* também para a *TV Gazeta*), Marco Antonio Rocha (jornalista e primeiro comentarista de Economia da *TV Globo*), Jonathan Karp (jornalista de *The Wall Street Journal* no Brasil), Maristela Mafei (jornalista e fundadora da agência Máquina da Notícia), Andrea Gouvêa Vieira (jornalista), João Rodarte (jornalista, à época presidente da Associação Brasileira das Agências de Comunicação, Abracom, e fundador da Companhia da Notícia, CDN), Celso Ming (jornalista), Cida Damasco e Ari Schneider (ambos editores de Economia em *O Estado de S. Paulo*), Percival de Souza (repórter da editoria Polícia), Rodrigo Lara Mesquita (um dos quatro filhos de Ruy Mesquita e então “diretor-geral da Agência Estado desde 1988”), Sandro Vaia (diretor de Redação do *Estadão*) e Eloi Gertel (diretor-editorial da Agência Estado).

sendo premiadas. Todas essas reportagens carregam como característica o componente investigativo no sentido estrito de denunciar arbitrariedades ou até mesmo esquemas ilegais. O que, de certo, pode acarretar ameaças de morte para o jornalista responsável – como aconteceu com Suely Caldas, mas não tendo passado disso. A autora indica o filão investigativo, dentro do jornalismo econômico no Brasil, como um campo pouquíssimo explorado. Ela compartilha sua vivência, como da vez em que recebeu “uma carta anônima” com ameaças pela cobertura do “caso BR”:

Seu texto começava assim: “Dona Suely, a senhora está mexendo com algo muito sério, cuidado com sua pele. Se vier a público o que a senhora está investigando, poderão ocorrer os seguintes fatos”. E listava oito denúncias contra diretores da Petrobrás (na época presidida por Joel Rennó) e empresários que a eles seriam ligados. [...] Abra o olho se tem amor à sua vida, já tem gente lhe seguindo até sua casa, em Botafogo, esperando a chance de lhe passar o cerol. Quem avisa amigo é!” (CALDAS, 2012, p. 122).

Para encerrar o livro, ela escolhe reproduzir, em primeiro lugar, duas capas do jornal *O Estado de S. Paulo*, datadas dos anos 1970, quando, por força da censura, foram publicados de poemas de Luís de Camões até os calhaus do veículo. Num demonstrativo de como o jornalismo econômico, sem sofrer censura e empenhado em expor falcatruas, também pode oportunizar mais saúde financeira para os cofres públicos do Brasil.

A lista das expressões e termos econômicos, desenvolvida a partir de Jornalismo econômico, reuniu 380 itens dos quais 25 são encontrados a seguir, como encerramento da apreciação do quinto livro do corpus, na Figura 9 – Nuvem de palavras para Caldas, 2003. Nela está refletido o teor da contextualização da economia realizada por Caldas (2003) com menções à “economia popular”, ao “economês”, ao “Produto Interno Bruto PIB”, à implantação da “Unidade Real de Valor URV” e ao “Plano Real”, bem como aos economistas mentores deste plano “André Lara Resende” e Pêrsio Arida”, ao “Comitê de Política Monetária do Banco Central Copom”, ao “salário reduzido”, à “Ciência Econômica”, ao “emprego perdido”, ao “déficit nas contas públicas”, à “hiperinflação”, aos “planos econômicos”, à “concentração de renda”, à “redução da pobreza”, ao “endividamento acelerado” e aos “escândalos financeiros”, entre outros.

Figura 9¹⁰⁴ – Nuvem de palavras para Caldas¹⁰⁵, 2003

Fonte: A autora (2020)

¹⁰⁴ A lista completa com 380 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Caldas (2003) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2ECLRdS>. Publicado em: 16 maio 2019.

¹⁰⁵ Ver Apêndice E – Perfil de Suely Caldas nas páginas 208-9.

5.3. JOSÉ VENÂNCIO DE RESENDE (2005) – CONSTRUTORES DO JORNALISMO ECONÔMICO: DA COTAÇÃO DO BOI AO CONGELAMENTO DE PREÇOS

De acordo com Resende (2005, p. 9), o principal objetivo da obra é “apresentar um balanço do jornalismo econômico entre a década de 1930 e o Plano Cruzado”, que é implantado pouco depois de meados da década de 1980. É a esse espaço-temporal de mais de 50 anos, portanto, que se refere à tipologia histórica do livro, que tem 418 páginas e foi publicado, em 2005, pela Ícone Editora. O autor emprega como estratégia metodológica a realização de 60 entrevistas, com “profissionais que viveram e testemunharam o processo de construção dessa área especializada do jornalismo”¹⁰⁶, e vai relatando, conectando fatos e personagens sem o intento de uma análise mais aprofundada. No entanto, a profundidade e o desenvolvimento dos eventos trazidos por Resende (2005) é tanta que, não sem razão de ser, seu livro é apontado como a “Bíblia do jornalismo econômico brasileiro”, pelo jornalista e ex-diretor da Faculdade Cásper Líbero Erasmo de Freitas Nuzzi.

O contexto de elaboração do livro divide-se num plano de trabalho que tem duas fases. Na primeira, quase todos os depoimentos são obtidos entre dezembro de 1998 e dezembro de 2001. Na segunda fase, que é posterior à publicação da obra como um documento, há um depoimento (RESENDE, 2005, p. 352), o do jornalista Mauro Zafalon, que data de “11 de junho de 2004”. Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços está organizado em nove capítulos (1. “Uma corrente heterodoxa”, 2. “Uma corrente ortodoxa”, 3. “A escola de Geraldo Banas”, 4. “Precursores do jornalismo de negócios”, 5. “Um jornal de economia e negócios”, 6. “Jornalismo agrícola: do

¹⁰⁶ Em Resende (2005), o número de profissionais entrevistados chegou a 60. Pela ordem em que os depoimentos são mencionados no livro, são estes os personagens: Mário Mazzei Guimarães, Hideo Onaga, José Yamashiro, Isaac Jardimovski, Aloysio Biondi, Washington Novaes, J.M. Nogueira de Campos, Klaus Kleber de Souza e Silva, Rubens Barbosa de Mattos, Roberto Müller Filho, Matías M. Molina, Emilio Matsumoto, Antonio Marcos Pimenta Neves, Alexandre Gambirasio, Rubens Glasberg, Mário Watanabe, Celso Ming, Antonio Carlos de Godoy, Glauco Carvalho, J. S. Vanni, Cecília Zioni, Sidnei Basile, Pedro Cafardo, Celso Pinto, Nair Suzuki, Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas, Robert Appy, Alberto Tamer, Jair Borin, Carlos Alberto Sardenberg, Fábio Pahim Jr., Marco Antonio Rocha, José Roberto Nassar, José Jaime Matos de Sá, Benedito Ribeiro, Rocco Buonfiglio, Gabriel Junqueira de Carvalho, Raimundo Rodrigues Pereira, Arlindo Munglioli, João Yuasa, Maria Aparecida Damasco, Antonio Félix, Guilherme Velloso, Paulo Henrique Amorim, José Roberto de Alencar, José Paulo Kupfer, Ivan Jun Nakamae, Luís Nassif, Antonio Fernandes Neto, Teodoro Meissner, Valdo Nogueira, Josail Gabriel Sales, José Carlos Cafundó de Moraes, Noenio Espinola, Suely Caldas, Paulo Totti, Bernardo Kucinski, Marcos Gomes, Mauro Zafalon e Oscar Pilagallo.

academicismo à profissionalização”, 7. “Sotaque carioca”, 8. “Jornalismo econômico na imprensa alternativa” e 9. “Transição da Ditadura Militar para a democracia”). A matriz teórica do livro não está formalizada em uma seção de referências bibliográficas, mas ela é decisiva sobre o resultado porque, em se tratando dos poucos autores utilizados, Resende (2005) complementou as entrevistas realizadas com os relatos extraídos desses livros. Desta forma, “Trajetória de duas vidas” (YAMASHIRO, 1996) e “Anábase – História da *Gazeta Mercantil*” (LACHINI, 2000) são os referenciais mais significativos servindo como base, respectivamente, para os capítulos 4 e 5, enquanto o capítulo 6 é “baseado na reportagem *30 anos de Suplemento Agrícola*”, de *O Estado de S. Paulo* (1985) (RESENDE, 2005, p. 127, 197, 229)¹⁰⁷.

A justificativa de Resende (2005, p. 9) tenta dimensionar como, até meados da década de “1960, o jornalismo político ofuscava as boas iniciativas de profissionais de imprensa preocupados com assuntos econômicos, na medida em que a própria economia não se firmara na opinião pública enquanto ciência autônoma”. Por isso o autor esclarece contextualizando e condicionando o impulsionamento que este tipo de jornalismo especializado teve no Brasil de então:

Após as reformas econômicas e financeiras de 1965-66, com a ascensão ao núcleo do poder central de uma elite técnico-burocrata formada agora por economistas e não mais por profissionais do direito (as faculdades de direito inseriam a economia nos seus campos de atuação), houve uma inversão de papéis. O jornalismo econômico atingiu a maioria não apenas devido à modernização da economia e à censura do noticiário político, como também por causa de novas necessidades e aspirações da classe média em ascensão, ávida por informações sobre opções de aplicações, investimentos e outros serviços, bem como de proteção contra o surto inflacionário que surgiu na esteira da decadência do “milagre”, trazendo de volta a realidade corrosiva do início dos anos 1960 (RESENDE, 2005, p. 9).

Como visto na apreciação do livro de Puliti (2013), antes de ser um livro, Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços foi publicado, sob o mesmo nome e então com 355 páginas, na Série

¹⁰⁷ Outros referenciais teóricos de menor influência sobre o livro são “Chatô – O rei do Brasil” (MORAIS, 1994), “História da imprensa no Brasil” (SODRÉ, 2003), “Sorte e Arte” (ALENCAR, 1999) e “Jornalistas e revolucionários – Nos tempos da imprensa alternativa” (KUCINSKI, 1991), que é citado no capítulo 8. Além disso, Resende (2005, p. 250, 347, 349, 381) utilizou algumas edições do “*Notas & Números*, Boletim Informativo dos Jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*”, da *Gazeta Mercantil* e da *Folha de S. Paulo*.

Discussão Apta 3, em 2003, pela Secretaria de Abastecimento e Agricultura de São Paulo. Por isso, talvez, o sexto capítulo pareça um enxerto abordando o jornalismo agrícola, outro tipo de jornalismo especializado, em um livro que, fora este fato, não tem qualquer senão na pesquisa histórica que empreende.

Em Resende (2005), o resumo da matéria está centrado em três fases temporais: a primeira é a que antecede o grande “boom” da informação econômica no Brasil, começando efetivamente em 1946 e indo até meados dos anos 1960; a segunda vai desta época até a chamada “decadência do Milagre” econômico brasileiro, que se dá por volta de 1974; e a terceira fase que corresponde ao período posterior ao desordenamento da conjuntura econômica nacional indo até o início do Plano Cruzado, em 1986 – que apesar de “conturbado” teve a adesão da população e conseguiu congelar os preços por um tempo. Esse é o pano de fundo em que operam os personagens e relatos trazidos no livro, demonstrando como foi surgindo um mercado editorial disposto a fazer a cobertura jornalística especializada da área.

O registro histórico de Resende (2005) proporciona, entre outros dados relevantes, o encontro de duas diferentes gerações de profissionais do jornalismo especializado em economia no Brasil. O que só é possível graças às entrevistas realizadas pelo autor com aqueles que, corretamente, são nominados por ele como os “construtores do jornalismo econômico” no Brasil. Mais do que isso, o trecho a seguir confirma quem o jornalista Aloysio Biondi, enquanto personagem fundamental na história das ideias contida nos livros do corpus, teve como influência decisiva na sua carreira dedicada ao jornalismo econômico. Além disso, também reforça o papel notabilizado da revista *Visão* para o desenvolvimento da cobertura jornalística brasileira especializada em economia, mesmo não sendo ela um veículo inteiramente dedicado à área. Essa é uma primeira fase em que o jornalismo econômico especializado no Brasil aparece em editorias próprias de grandes jornais generalistas, com o trabalho central e basilar de jornalistas estrangeiros. Todavia, apenas um deles é frequentemente referenciado pela geração seguinte:

Aloysio Biondi nunca trabalhou diretamente com Geraldo Banas, mas acompanhou a trajetória dele. “Eu não sei porque ele não virou multimilionário. Ele tinha esse trabalho de análise de balanço. Foi um precursor. Fazia isso por setor. Ele lançava o anuário por setor, com análise de desempenho do setor. Mas ele nunca lançou um *Quem é Quem*, como eu fiz na *Visão* em 1967. (...) Eu era leitor do Geraldo Banas nos *Diários* desde criança. Na minha casa, assinava-se a

Folha e o Diário de S. Paulo. Banas era um cara fora da média em termos de política internacional” (BIONDI citado por RESENDE, 2005, p. 121).

Resende (2005, p. 109-126) é o autor fundamental para compreender, apontar e distinguir quanto a uma cronologia para o jornalismo econômico no Brasil e brasileiro. Não é por acaso que ele dedica um capítulo inteiro àquilo que ele conceitua como sendo “a Escola de Geraldo Banas”. Pois trata-se de um legado inquestionável que nem em Resende (2005), e nem em qualquer dos demais autores do corpus, será visto e relatado, com uma série de exemplos, algo parecido sobre as figuras dos jornalistas de economia também estrangeiros Frederico Heller, Gilles Lapouge e Robert Appy. Estes têm, com toda certeza, a sua importância, mas, a título de ilustração, não mereceram do inventário histórico de Resende (2005, p. 71) o apontamento como “pioneiro do jornalismo econômico brasileiro”. Com a ressalva de que, na perspectiva adotada por esta pesquisa, Banas é tido como o pioneiro do jornalismo econômico no Brasil.

A influência de Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas será percebida, até mesmo, por outros profissionais em relação ao primeiro veículo especializado de jornalismo econômico, feito no Brasil por brasileiros, que surge em 1967.

Mário Watanabe ainda estava na *Folha*, no final dos anos 1960, quando começou a acumular a atividade no jornal com outro emprego na Editora Banas. Coincidiu que em 1969 a revista *Banas Informa* teve o nome mudado para simplesmente *Banas*. “Foi quando eu conheci o Geraldo Banas. na época ele fazia a revista também chamada *Banas*. Era uma revista de economia, que chegou a ser até semanal. Era uma revista, vamos dizer, pioneira, no sentido de trazer empresários na capa, receita que outras revistas de economia imitariam muito tempo depois, como foi o caso da *Exame*. Então, eu fui trabalhar com o Banas nessa revista. (...)” (WATANABE citado por RESENDE, 2005, p. 121)¹⁰⁸.

Entre as principais ideias analisadas em Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços, está a separação entre “uma corrente heterodoxa” e “uma corrente ortodoxa” da informação econômica

¹⁰⁸ Em Resende (2005, p. 122), os relatos vão somando-se e apresentam mais características do veículo jornalístico revista *Banas*: “A revista *Banas* era dividida em seções econômicas, abarcando áreas como finanças e empresas, relata Watanabe. ‘O forte da *Banas* era a microeconomia. Era mais a atividade das empresas. Engraçado, o Banas era um homem de tendências esquerdistas. Como intelectual, ele era um economista de esquerda. Mas na atividade dele, como jornalista, como dono de empresa jornalística, ele sempre foi um capitalista...”.

(RESENDE, 2005, p. 15-70, 71-108). Segundo a perspectiva do autor, a “corrente heterodoxa” diz respeito aos “jornais do Grupo Folhas” em que os profissionais, como o “advogado Mário Mazzei Guimarães” que começa fazendo “um boletim do Sindicato Rural de Barretos”, desde os anos “1930”, “tiveram uma formação acadêmica basicamente nas áreas de Direito, Ciências Sociais, Engenharia e Comunicação”. Enquanto a “corrente ortodoxa” atende às iniciativas especializadas de jornalismo econômico em *O Estado de S. Paulo*, a partir dos “anos 1940” e indo até os “anos 1950”, com os já referidos jornalistas estrangeiros de “sólida formação econômica adquirida na Europa”.

No tocante a segunda fase do jornalismo econômico no Brasil, os diferentes depoimentos vão corroborando uma perspectiva que dimensiona o moderno jornalismo econômico especializado. Conforme ele é introduzido em editorias próprias nos grandes jornais generalistas brasileiros para além de *O Estado de S. Paulo*, também pioneiro neste sentido, é que se consegue notar as diferenças mencionadas entre um jornalismo econômico especializado restrito a colunas e outro mais noticioso. É o que relata Noenio Spinola a Resende (2005), sobre sua passagem pelo *Jornal do Brasil*, que mesmo assim era um jornal de vanguarda no cenário nacional:

“[...] No *Jornal do Brasil*, fiquei editor econômico de 1966 a 76, quando fui para Washington como correspondente (...) O jornalismo econômico naquela época não existia como tal. Existiam algumas colunas aqui e ali, mas não havia uma especialização no jornalismo econômico. Eu entrei no *Jornal do Brasil* com a minha missão de criar uma grande editoria de Economia. E foi exatamente o que eu fiz. Eu criei uma grande editoria de Economia com especialização por área” (SPINOLA citado por RESENDE, 2005, p. 266-7).

A citação remete a esta segunda fase e dá conta, inclusive, de um raciocínio caro à economia. Porque se não há demanda – e esta foi criada de maneira substancial a partir das reformas do período 1964-1967, sob o nome de PAEG (Programa de Ação Econômica do Governo) –, não há mercado para suprir. O trecho a seguir explicita qual foi o motor propulsor do período expansivo do jornalismo econômico e, conseqüentemente, da especialização de seus profissionais.

Logo apareceram repórteres para cuidar de áreas que estavam em expansão, como Floreal Rodriguez Rosa, especialista em mercado de capitais. A editoria de Economia foi ganhando corpo e se especializando, na esteira das mudanças econômicas promovidas pela dupla Campos e Bulhões, explica Zioni. “Foi o caso do Imposto de Renda. Antes, poucas categorias pagavam. Então, passou a ser cobrado de todo mundo. Eu me lembro que advogado começou a pagar Imposto de Renda naquela época. Imposto de Renda na imprensa era um drama, porque ninguém sabia fazer. Eram páginas e páginas de formulário, um negócio complicadíssimo... Então, o Rubens Mattos tornou-se especialista nessa área. Foi uma coisa que mobilizou muito a opinião pública e criou leitores. E foi o grande ‘*punch*’ da *Folha*. Era uma loucura, porque tinha fila de gente lá para pegar tabela, aquelas coisas que a *Folha* publicava. Outra coisa que também estava explodindo era o Sistema Financeiro da Habitação (SFH), com os grandes investimentos públicos... Depois de algum tempo eu saí da pauta. Como repórter, me lembro que eu tinha pauta diária de BNH, uma das coisas que eu fiz lá.” (RESENDE, 2005, p. 60).

Entre os registros históricos de Resende (2005, p. 65-7) estão creditados os jornalistas Nair Suzuki, como “uma das primeiras mulheres a fazer jornalismo econômico” no Brasil, nos idos de 1972 pelo jornal *Folha de S. Paulo*, onde depois teria a companhia de “Cecília Zioni, Fátima Belchior e Vera Saavedra Durão”; e Antonio Marcos Pimenta Neves, que se considera o “primeiro correspondente *full time* de jornal brasileiro nos Estados Unidos”, pois a serviço do mesmo veículo cobriu de Washington, em 1973, a primeira crise petrolífera. Além disso, o jornalista “Joelmir Beting”, também conhecido como o “Chacrinha da Economia”, deu início ao jornalismo econômico nas mídias rádio e televisão, ao que Resende (2005, p. 337-8) observa: “Ao longo da década, ele introduziu a vulgarização da informação econômica nas emissoras de rádio, como *Jovem Pan*, *Gazeta* e *Bandeirantes*, e de televisão como *Gazeta* (1970), *Record* (1972) e *Bandeirantes* (1975)”. O jornalista “Marco Antonio Rocha” também é apontado por Resende (2005, p. 338, 341) como “outro desbravador do jornalismo econômico na televisão”, com passagens, “em 1974”, pela “*TV Cultura*” e, “em 1978”, pela “*TV Globo*”.

Outra inscrição feita por Resende (2005, p. 382-5) na história das ideias dessa literatura brasileira está relacionada ao jornalista Luís Nassif e a “criação da seção” que depois se tornaria o “caderno *Seu Dinheiro*”, no “*Jornal da Tarde*”, em meados de 1981. Entre o jornalismo econômico especializado brasileiro, nascia ali o conceito de “jornalismo de serviços”:

O conceito de jornalismo, que aborda a economia pessoal do cidadão no seu todo, surge, assim, com esse projeto, assegura Nassif. “Eu até tive um problema no ‘direito autoral’. Quando (o caderno) completou cinco anos, saiu uma matéria no Jornal da Tarde... Aí, eu liguei para o Mitre e disse: – Mitre, a única coisa que eu ganhei com isso foi ‘direito autoral’. Então, ele deu uma entrevista para a imprensa reconhecendo que a criação era minha.” (RESENDE, 2005, p. 385).

A relação do livro de Resende (2005) com os demais autores do corpus passa por três instâncias. De Lachini (2000) vem o único aporte teórico requerido e que resultou em um capítulo inteiro, chamado “Um jornal de economia e negócios”. Como referencia José Venâncio de Resende (2005, p. 197-228), o capítulo é baseado em Anábase – História da Gazeta Mercantil, mas também intercala os depoimentos conseguidos por seu autor. Já os autores Bernardo Kucinski, Sidnei Basile e Suely Caldas, que são os autores dos livros dois, quatro e cinco deste corpus, aparecem graças às entrevistas que concederam a Resende (2005), contando mais sobre sua experiência no jornalismo econômico. E entre os livros mais recentemente lançados, que são justamente todos após o seu, Resende (2005) figura como referencial em Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018).

No último item de Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços, um livro que dispensa qualquer tipo de conclusão pela forma com que se apresenta ao leitor, o trabalho autoral de Resende (2005) cataloga outro momento para os anais dessa literatura brasileira específica. Isto porque, enquanto vários autores do corpus fizeram menção ou à falta de pluralidade e/ou ao domínio de um determinado tipo de fontes sobre, em especial, o conteúdo noticioso do jornalismo econômico, Resende (2005) expôs o avesso de tal situação. Simplesmente, a ocorrência de pluralidade de pensamento veiculada e que, à época da terceira fase do jornalismo econômico apresentada no livro (pós-1974), no entanto, também foi rechaçada, como lhe revelou o seu entrevistado Isaac Jardimovski. Para além da oposição ao pensamento dissonante, é mais uma amostra de que a revista *Visão*, não sendo especializada em jornalismo econômico, mas com um grande e reconhecido enfoque nesta cobertura ante os demais veículos políticos e/ou generalistas que lhe são contemporâneos, se constitui como um caso à parte em meio à evolução do jornalismo econômico no Brasil.

Em meio à euforia causada pelo lançamento do Plano Cruzado, a revista *Visão*, de Henry Maksoud, não se deixou contagiar pelos acontecimentos. Era um instrumento tocando uma música diferente – “uma posição correta, porém, extremada” – dentro da orquestra que reunia o povo, os empresários, a mídia, como lembra Isaac Jardanovski, então diretor do grupo *Visão*. O Plano Cruzado provocou uma verdadeira comoção nacional. A *Visão* saiu com matéria de capa dizendo: ‘É um plano nazi-fascista’. E chamava os congelamentos de preços de uma fórmula mais surrada e mais infrutífera do mercado. Fizemos matérias memoráveis; fomos até o código de Hamurabi na antiguidade, o primeiro congelamento de preços... Continuamos seguindo, chegamos ao congelamento, aos *freezers* que o Nixon fez nos Estados Unidos e que, de acordo com as teses da revista, foram eles que provocaram a queda do Nixon, quando desestruturaram o setor econômico e ele perdeu o apoio da indústria, do complexo econômico, etc. Nós chegamos a ser cercados na redação no começo por gente que apedrejava... Os nossos assinantes começaram a cancelar assinaturas. A revista é antipatriótica, a revista não está enxergando, o Maksoud¹⁰⁹ está procurando interesses pessoais, porque vai perder as mamatas – naquela época, a Hidroservice (empresa de Maksoud) tinha muitos contratos com o governo que ela começou a perder... Nós ficamos ilhados várias vezes na redação. Houve realmente reação de assinantes e reação de anunciantes. Ninguém queria anunciar em uma revista que era derrotista.” (RESENDE, 2005, p. 416).

Por fim, a coleta manual e a mensuração dos termos e/ou expressões econômicas, em Resende (2005), permitiu identificar como a contextualização do autor para esses assuntos vai surgindo, ao longo do livro, especialmente devido às histórias que os personagens estão lhe contando. Ou seja, apesar de tratar-se de um livro com mais de 400 páginas, esta pesquisa anotou 986 ocorrências relativas que de modo algum fogem ao grande mote do livro: o jornalismo econômico. Assim é que, sintetizando visualmente tais ideias do autor, a Figura 10 – Nuvem de palavras para Resende, 2005 remete à “oligarquia cafeeira” e às “cotações agrícolas e minerais” do início da “informação econômica”, à “economia de mercado”, à “vida das empresas”, à própria “criação de demanda para o jornalismo econômico” e suas vertentes como “jornalismo de serviços financeiros” e “jornalismo de negócios”, também por meio de “caderno de Economia” e “sessão de Economia” nos jornais generalistas, além da “decadência do Milagre”, o “combate à inflação” e as “crises de abastecimento” dos anos 1980, entre outros.

¹⁰⁹ [sic] Em Resende (2005) lê-se: “Macsoud”.

Figura 10¹¹⁰ – Nuvem de palavras para Resende, 2005¹¹¹

Fonte: A autora (2020)

¹¹⁰ A lista completa com 986 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Resende (2005) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/37xSeUY>. Publicado em: 17 fev. 2020.

¹¹¹ Ver Apêndice F – Perfil de José Venâncio de Resende na página 210.

6. O EIXO HÍBRIDO: ENTRE O ACADÊMICO E O PROFISSIONAL

Este capítulo apresenta uma apreciação do único livro do corpus de análise que, segundo a concepção aqui empreendida, consegue transitar pelos dois principais eixos de classificação proposta nesta pesquisa (os eixos acadêmico e profissional). O livro do autor Sidnei Basile (2002) difere dos demais e, justamente por isso, tem sua apreciação antes da etapa que encerra o presente estudo. Ele corresponde ao eixo híbrido dessas publicações.

Porém, ao final do capítulo, ainda são trazidas duas figuras relativas a todos os autores do corpus de análise e o resultado encontrado, via contagem das expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, em cada livro.

6.1. SIDNEI DE BASILE (2002) – ELEMENTOS DO JORNALISMO ECONÔMICO – A SOCIEDADE BEM-INFORMADA É UMA SOCIEDADE MELHOR

Publicada pela editora Elsevier, especializada em obras profissionais e acadêmicas da área de negócios, Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor apareceu em 2002 (237 p.). Empregamos a segunda edição, revista e ampliada, de 2012 (280 p.), em que Basile acrescentou três capítulos: o 6) “O valor da democracia representativa na história recente do Brasil”; o 16) “A grande imprensa e a internet”; e o 17) “Acabou a Lei de Imprensa? Viva a liberdade de imprensa!”. Abordar o jornalismo econômico, e seus meandros, a partir da ótica do jornalismo e não pela visão da economia, é o principal objetivo do livro.

Entre todos os nove autores do corpus, Basile (2002) é o único que se propõe a explicar – e consegue – como é que, na prática, se faz jornalismo econômico. Haja vista que Kucinski (1996) foi o outro autor que tentou o mesmo, com sua reunião de aulas de jornalismo econômico que mais explicam, na verdade, a observar a economia. Basile (2002), também professor, consegue descrever o processo de fazer jornalismo econômico de forma simples e com precisão teórica para a área. Por exemplo, indica ele, “a publicação” das matérias “se organiza através da cobertura macroeconômica ou da microeconômica” (BASILE, 2012, p. 96).

Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor emerge de um contexto profissional experimentado por seu autor: organizar um material de apoio textual para ministrar aulas de jornalismo econômico

junto à Faculdade de Jornalismo da Fundação Cásper Líbero. Com enfoque máximo no público de estudantes, o livro utiliza a revisão bibliográfica para cuidar de cada capítulo como se fosse uma aula de unidade temática. Assim, ao final dos itens sempre há resumos para facilitar – por vezes, repetindo literalmente trechos inteiros do que acabou de ser lido no capítulo – e questionários que os alunos devem tentar responder. Tudo pela via do didatismo.

Esse ordenamento da matéria é similar ao que foi realizado por Bernardo Kucinski (1996). Todavia, a semelhança para por aí porque, enquanto Kucinski entrega somente 25% de jornalismo de economia em seu livro, Basile vai na contramão disso e, realmente, faz um livro com 79% do conteúdo voltado para o jornalismo econômico. Os demais 21% em que o foco é diferente ficam restritos aos capítulos 6, 16, 17 – todos da segunda edição revista e ampliada – e 19. Para tanto, o jornalista e autor defende já na introdução o seu ponto de vista.

Parece óbvio, mas não é. São inúmeros os cursos e seminários que pretendem ensinar jornalismo econômico a partir do entendimento do mercado financeiro, dos mecanismos das bolsas, do orçamento da União ou do balanço dos bancos. Um equívoco. Claro que o jornalista que cuida de economia tem que saber dessas coisas como o colega que cobre futebol deve saber distinguir um médio-volante de um atacante. Mas para compreender sua própria especialidade o ponto de partida do jornalista deverá ser o conjunto dos fundamentos de sua profissão (BASILE, 2012, p. XVIII).

Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor se distribui em três grandes blocos¹¹², que tratam, pela ordem, sobre “Os valores”, “As técnicas” e “O futuro” concernentes ao jornalismo econômico – no Brasil especialmente, mas também no mundo – e, por tabela, ao jornalismo. Este vive um momento, explana Basile (2002), em que se vê soterrado pela vertente

¹¹² A parte inicial do livro, “Os valores”, traz os capítulos 1. “Por que ler notícias econômicas e de negócios?”, 2. “A ética na cobertura de economia e negócios”, 3. “Jornalismo para o mercado ou para a cidadania?”, 4. “A relação imprensa-empresas”, 5. “Há multas que precisam aprender a se comportar” e 6. “O valor da democracia representativa na história recente do Brasil”; na parte central, “As técnicas”, figuram os capítulos 7. “História do jornalismo econômico”, 8. “As diferentes maneiras de cobrir economia”, 9. “A pauta no jornalismo econômico”, 10. “O texto no jornalismo econômico”, 11. “A edição no jornalismo econômico”, 12. “Colunistas e editores, a convivência instável”, 13. “Jornalismo investigativo em economia” e 14. “Disciplinas conexas: a publicidade, o marketing direto, as relações públicas”; e por último, em “O futuro”, são vistos os capítulos 15. “Para onde foi o público; para onde estão indo as empresas e para onde irão os jornalistas (ou o jornalismo econômico como negócio)”, 16. “A grande imprensa e a internet”, 17. “Acabou a Lei de Imprensa? Viva a liberdade de imprensa!”, 18. “Mídia econômica, convergência de mídias e globalização” e 19. “A democracia intolerante” (BASILE, 2012).

do conteúdo de entretenimento. A precisão do diagnóstico feito por ele é, para a presente apreciação, a passagem mais emblemática e capaz de resumir as propostas contidas na obra.

[...] se é difícil interessar-se pela leitura de publicações econômicas, é infinitamente mais difícil produzi-las com integridade.

Elaborá-las supõe um olhar criativo sobre a realidade, uma curiosidade quase infantil.

É preciso, às vezes, lembrar-se de quando você era criança e tinha a leveza de fazer as perguntas que ninguém fazia, de ir atrás das respostas onde ninguém tinha procurado. É preciso fazer isso com um sentido de compromisso e imaginação na pauta, no texto e na edição. Mais do que necessário, é imperioso que voltemos aos antigos rituais da profissão [...].

Romper com esses compromissos significa, para esta geração de jornalistas e empresas jornalísticas, mais que uma incompetência. Significa uma maldição que empurra, ribanceira abaixo, empresas jornalísticas para o pântano do entretenimento em que se transformou boa parte da mídia [...] (BASILE, 2012, p. 9-10).

Os quatro tópicos mais importantes do livro estão na segunda parte (três) e na primeira parte (um) do livro: 1. “A relação imprensa-empresas”; 2. “As diferentes maneiras de cobrir economia”; 3. “A pauta no jornalismo econômico”; e 4. “Disciplinas conexas: a publicidade, o marketing direto, as relações públicas”. Quase toda a matriz teórica do livro é internacional, com perceptível predomínio dos autores estadunidenses e apenas alguns britânicos. Entre os representantes do primeiro grupo destaca-se a influência dos escritos de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, de onde Basile retira inspiração para nomear seu livro. A dupla publicou em 2001, pela Randon House, o título “*The elements of journalism*”. Há também uma forte influência de Robert W. McChesney, com seu “*Rich media, poor democracy: communications politics in dubious times*” (1999).

No capítulo final, “A democracia intolerante”, que antecede um posfácio imbuído de remeter ao inferno presente na “Divina comédia de Dante Alighieri”, Basile conclui seu livro pontuando uma necessidade. A de que o papel da imprensa também concorra para a institucionalização da construção das liberdades de todos os brasileiros.

Aos questionamentos que ele trouxe e tentou responder, nas páginas de Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor, se somam outros atualíssimos. Saídas de um momento em que ainda não

se falava em *fake news*, indústria da desinformação ou em deslegitimação do papel da imprensa, as perguntas e considerações finais de Basile (2002), ainda hoje, deveriam calar fundo aos profissionais da área jornalística. Esta que sendo livre, conforme ressalta o autor, é o símbolo máximo da democracia e, no entanto, também vêm demonstrando sinais de intolerância.

Mais de vinte anos depois do final da censura à imprensa, já está mais do que na hora de nos perguntarmos: afinal, quem está destruindo quem nesse processo? Se, na arena dos interesses em conflito da opinião pública, a primeira vítima costuma ser a verdade, não acabaremos por perder a credibilidade duramente conquistada? Estamos sendo rigorosos em nossos rituais? Estamos indo fundo em nossa capacidade de realmente fazer jornalismo investigativo, mas observando critérios que impeçam a destruição de reputações? Estamos sendo não apenas éticos nos nossos princípios gerais de atuação, mas também em cada caso concreto quando, por preguiça, incompetência, burocratismo, ou simples prepotência destruimos a honra alheia?

Se estivermos fazendo nossa lição de casa, tudo bem. Mas há inquietantes sinais de que nem sempre fazemos isso e que, com alarmante frequência, colaboramos para a destruição desses ideais (BASILE, 2012, p. 260).

Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor é marcado, ao longo de toda a descrição construída por seu autor, pelo tom de apreço à democracia e à liberdade de imprensa. Sidnei Basile entrega à literatura específica de jornalismo econômico no Brasil uma obra de tipologia híbrida. Porque ele mescla suas várias análises de pontos cruciais, cujo sempre tenta responder e/ou propor soluções, a muitos ensinamentos técnicos dignos de um manual para a área – ainda que ele diga que “não é um manual” e que se trata somente da transmissão de sabedoria (BASILE, 2012, p. XVIII) –, passando inclusive pela historicidade de alguns eventos¹¹³. Por exemplo, explicando os movimentos cíclicos das bolhas especulativas e seus impactos:

As manias também se sucederam. Depois das tulipas houve o esquema da South Sea (companhia para financiar operações de compra e venda de escravos na América do Sul), os mercados emergentes (até a expressão é a mesma) da década de 1820, no bojo da qual o Brasil independente deu o primeiro de seus calotes e

¹¹³ Para tratar especificamente dos movimentos especulativos, as bolhas, que ocorrem de tempos em tempos na economia, Basile (2012, p. 7-10) utiliza o referencial de Edward Chancellor, “Salve-se quem puder: uma história da especulação financeira” (2001), e traz como ilustração a Mania das Tulipas, de 1624, e a Mania das Ferrovias, de 1845.

a mania das ferrovias de 1845, em uma sucessão de movimentos de euforia e *cracks* que passou pela crise de 1929 e que nos soa muito, muito familiar nesta ressaca em que vivemos, da queda das ações de internet e tecnologia ao escândalo da Enron, da World Com, seus dirigentes e corruptas firmas de auditoria. No passado, tantos movimentos especulativos produziram guerras e revoluções, avanços e recuos políticos, ascensões e quedas de governos. No presente, o que aparenta ser o começo de um sonho mau (BASILE, 2012, p. 8-9).

No quarto livro do corpus não existe qualquer menção, formal ou subentendida, aos outros três livros que antecedem Basile (2002). Nem mesmo na exígua bibliografia requerida por Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor. Entretanto, alguns tópicos trazidos pelo autor podem ser facilmente relacionados àqueles que já foram expressos por Quintão (1987), Kucinski (1996) e Lachini (2000).

Basile (2012, p. 82) aponta que o jornalismo econômico no Brasil medrou por dois motivos ligados à época dos anos 1960. O primeiro deles diz respeito à estruturação da “moderna imprensa brasileira” na esteira da derrocada dos Diários Associados de Assis Chateaubriand, ocorrida durante essa década, que personificava “um período de diletantismo da imprensa brasileira”. Em paralelo, ele indica a segunda razão que, assim como em Quintão (1987), recai justamente no notável episódio do “Milagre Econômico Brasileiro”. A seguir, a explicação de Basile (2002) para que, então, tenha existido mais interesse dos veículos jornalísticos em jogar o foco das publicações sobre o acompanhamento da economia.

Depois do golpe militar de 1964 há uma diminuição de espaço da cobertura política por conta da pressão que os meios de comunicação passam a sofrer por parte dos militares. Essas pressões alcançam um novo patamar com a decretação do Ato Institucional nº 5, em 13 de dezembro de 1968, que suspende uma série de garantias constitucionais e inibe fortemente a liberdade de expressão.

É instaurada a censura prévia aos meios de comunicação e, com isso, a cobertura política – e muitas outras também – sofrem duramente as consequências do arbítrio do regime.

Na defensiva, com poucos empregos disponíveis na cobertura política e demais áreas correlatas (nacional, local, polícia, e tantas outras que refletem o cotidiano de mazelas de um país) os jornalistas percebem que os horizontes de sua profissão se fecham dramaticamente (BASILE, 2012, p. 83).

Quando o assunto abordado por Sidnei Basile é o veículo econômico *Gazeta Mercantil*, de onde ele também foi jornalista, é impossível não perceber a ressonância de diferentes questões e eventos apresentados com primazia por Lachini (2000). A propósito, ambos os autores foram contemporâneos durante quase duas décadas no extinto periódico. Assim, eles concordam, por exemplo, quanto ao episódio da cobertura mais significativa da história da *Gazeta Mercantil*. A reportagem investigativa que conseguiu burlar a censura vigente e mostrar as contradições existentes no “contrato de gestão da Nuclen, empresa *holding* do Acordo Nuclear Brasil-Alemanha” (BASILE, 2012, p. 87). Porém, eles discordam, numa divergência numérica, entre a quantidade de editorias que a *Gazeta Mercantil*, em seu processo de intensificar ao máximo a segmentação delas, chegou a ter. Lachini (2000) diz que foram 20 enquanto Basile (2002) amplia a contagem deste dado para “22 editorias organizadas”, frisando que a *Gazeta Mercantil* chegou a estabelecer uma espécie de “escola de edição” em que vigorava “a desagregação da economia por setores”. Como consequência direta, ele atesta para o jornalismo de economia no Brasil “o surgimento de uma geração inteira de especialistas em uma variedade muito grande de atividades econômicas”, tal qual o trabalho realizado por periódicos internacionais especializados como o londrino *Financial Times* (BASILE, 2012, p. 144).

Já ao fazer um breve apanhado dos veículos nacionais mais importantes para o jornalismo econômico, Basile (2002) cita, nesta ordem de importância, a revista *Exame*, ainda em circulação com seus hoje mais de 53 anos de vida –, a revista *Expansão* – que durou apenas quatro anos – e, finalmente, o jornal *Gazeta Mercantil*. Porém, no entendimento de Sidnei Basile, a parte que cabe à *Gazeta Mercantil* dentro da história da imprensa econômica brasileira deve ser relativizada. Com as prerrogativas de ter pertencido a esse veículo por um longo tempo e de escrever seu livro, ao contrário de Lachini (2000), não estando mais a serviço dele – mas sim do Grupo Abril –, Basile explica os porquês de sua visão.

Todos os editores que haviam feito *Expansão* acabaram indo, algum tempo depois, para a *Gazeta Mercantil*. Em meados dos anos 1970, este jornal era um dos muitos veículos regionais que sobreviviam da veiculação de publicidade legal e cujo conteúdo mais atraente eram os editais de falências e concordatas, bem como títulos protestados, em seu conjunto conhecidos como a “coluna social” do jornal. [...]

O conceito original que levou o jornal a se tornar nacional foi a ideia de que um produto como esse não pode aspirar a se tornar a primeira leitura em cada cidade onde estiver. O primeiro veículo que é lido em geral é o jornal local, porque as notícias que interessam à média dos leitores em primeiro lugar são as locais, como polícia geral, política etc.

Mas o jornal podia aspirar a ser o melhor segundo jornal em todas as cidades onde fosse distribuído. E assim foi feito.

O outro conceito, este sim político, era o de que se tornava necessário cooptar os empresários para a causa da democracia, porque, como se dizia então, raramente a livre iniciativa salvou a liberdade, mas a liberdade sempre socorreu a livre iniciativa. Isto era especialmente sensível aos ouvidos dos empresários que sofriam com o avanço do Estado sobre a economia e temiam esses excessos, o que levou, entre outras coisas, a uma reserva de mercado para a informática local. Esta lei privilegiou uns poucos grupos mas atrasou por anos e anos a alavancagem da produtividade das empresas brasileiras (BASILE, 2012, p. 86-7).

Como se vê, Basile (2002) confirma alguns fatos relatados pelo autor de Anábase – História da *Gazeta Mercantil*, mas nem por isso deixa de acrescentar novos detalhes às circunstâncias que cercavam o veículo. Ainda em comparação com os três livros anteriores (QUINTÃO, 1987; KUCINSKI, 1996; LACHINI, 2000), em que o segundo e o terceiro lhe são equivalentes em volume de páginas, Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor é sem dúvida o que menos apresenta as expressões próprias da economia. Tanto é assim que cai consideravelmente a quantidade dessas na detecção realizada por esta pesquisa.

No único livro do corpus que pertence ao eixo híbrido das publicações – porque mescla componentes do eixo acadêmico e do eixo profissional dentro da literatura brasileira de jornalismo econômico –, chegou-se a um total de 393 termos relativos, que são o modo como o autor contextualizou os assuntos da economia. Desta forma, encerrando o último item de apreciação, a Figura 11 – Nuvem de palavras para Basile, 2002 demonstra de forma sintética a atenção que o autor conferiu à “cobertura macroeconômica”, à “cobertura microeconômica”, à “história da especulação financeira” que inclui a “Mania das Tulipas 1624” e a “Mania das Ferrovias 1845”, e mesmo às “bolhas especulativas”, aos “temas da economia”, ao “boom no mercado”, ao “desenvolvimento do noticiário econômico no Brasil”, ao “excesso de números e estatística”, à “história do jornalismo econômico no Brasil”, ao “economês”, aos “nichos de mercado”, e à “desregulamentação do setor de mídia”, entre outros.

Figura 11¹¹⁴ – Nuvem de palavras para Basile¹¹⁵, 2002

Fonte: A autora (2020)

Antes de chegar à etapa final, este capítulo termina acrescentando a Figura 12 – Mapeamento da influência entre os autores. Ela demonstra, para os interessados nessa história das ideias, como os autores da literatura brasileira sobre

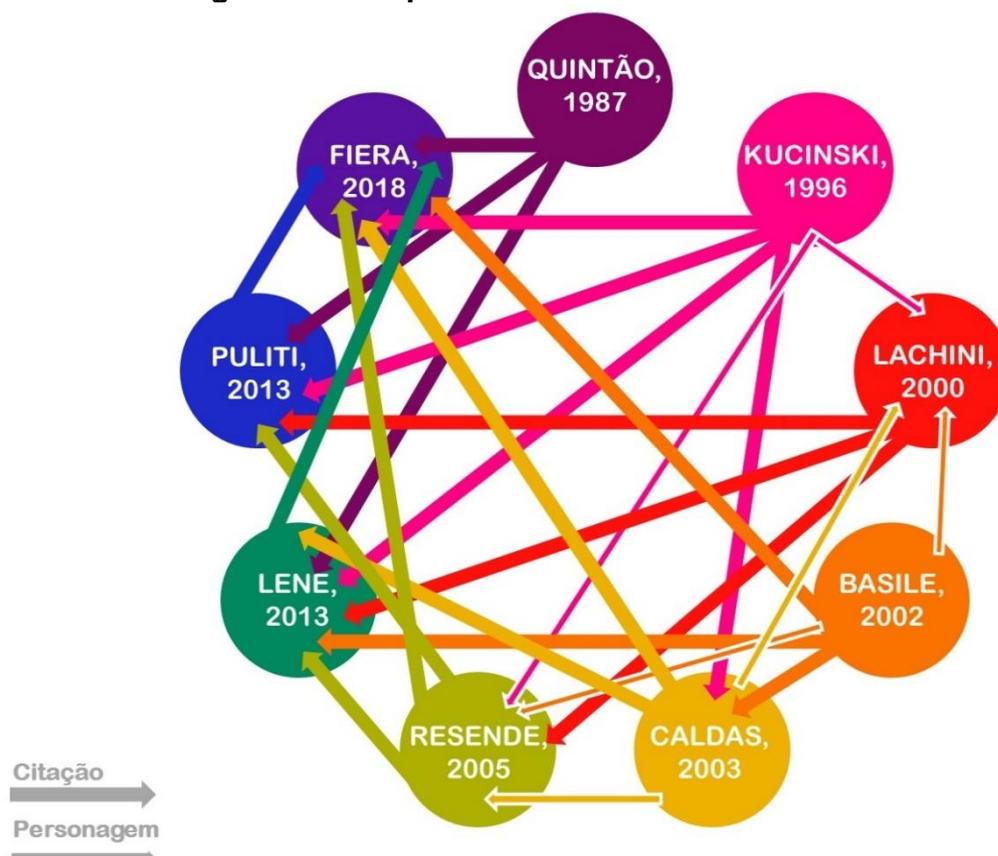
¹¹⁴ A lista completa com 393 expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, detectados por esta pesquisa no livro de Basile (2002) pode ser consultada no *link* a seguir. Disponível em: <https://bit.ly/2MeSTDo>. Publicado em: 13 out. 2019.

¹¹⁵ Ver Apêndice D – Perfil de Sidnei Basile nas páginas 206-7.

jornalismo econômico estão se relacionando ao evocarem em seus livros os demais autores. Neste caso, seja a referência feita por meio de citação (indicada pelas setas mais grossas), seja a referência como personagem apresentando sua experiência na área (indicada pelas setas mais finas) – já que vários autores do corpus possuem carreiras construídas como jornalistas de economia.

É interessante notar como o pioneiro Quintão (1987) começa a ser utilizado como referencial teórico apenas entre os autores do eixo acadêmico e, assim mesmo, também nos três mais recentes livros dessa literatura. Por isso, apesar de ser o detentor da primazia entre os livros do corpus, Quintão (1987) é referenciado como autor de maneira quantitativamente igual às vezes observadas com os livros de Lachini (2000), Basile (2002) e Resende (2005). Enquanto o autor desviante que é Kucinski (1996) se mantém como o referencial teórico mais vezes requerido.

Figura 12 – Mapeamento da influência entre os autores



Fonte: A autora (2020)

Já a localização e contagem das expressões ou termos econômicos, ou ligados à Economia, que estão presentes em cada livro, revelou com dados numéricos o porquê Kucinski (1996) é o autor desviante do corpus. Seu livro não

utiliza tais termos para simplesmente contextualizar um livro de jornalismo econômico. O verificado excesso desses termos diz muito sobre a contextualização do jornalismo econômico num livro que é um manual de economia. Conforme ilustra a Figura 13 – Mensuração por autor dos termos ou expressões econômicas, nem mesmo Lene (2013), que tem o livro mais extenso do corpus, conseguiu superá-lo nessa utilização.

Figura 13 – Mensuração por autor dos termos ou expressões econômicas

(QUINTÃO, 1987)	214 páginas	606 termos ou expressões econômicas
(KUCINSKI, 1996)	240 páginas	1.142 termos ou expressões econômicas
(LACHINI, 2000)	332 páginas	680 termos ou expressões econômicas
(BASILE, 2002)	280 páginas	393 termos ou expressões econômicas
(CALDAS, 2003)	136 páginas	380 termos ou expressões econômicas
(RESENDE, 2005)	418 páginas	986 termos ou expressões econômicas
(LENE, 2013)	480 páginas	1.008 termos ou expressões econômicas
(PULITI, 2013)	248 páginas	632 termos ou expressões econômicas
(FIERA, 2018)	224 páginas	913 termos ou expressões econômicas

Fonte: A autora (2020)

Por último, o livro de Basile (2002), que tem mais que o dobro de páginas do livro de Caldas (2003), proporcionalmente pode ser considerado como o que menos recorreu aos termos da economia. O que, sem dúvida, acontece porque sua contribuição autoral se deteve ao jornalismo econômico propriamente dito. Basile (2002) fez isso sendo, efetivamente, o único livro do corpus que tentou e conseguiu demonstrar para os jornalistas e/ou interessados como é que se faz jornalismo econômico. Um sinal distintivo desse autor que deve ser visto como uma diretriz para os próximos autores dessa literatura brasileira específica que desejarem, além de contribuir para a área, revestir seus livros com um caráter prático e formativo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reunião dos nove estudos brasileiros publicados em livro sobre jornalismo econômico indica, em primeiro lugar, que o Brasil é detentor de uma literatura específica a respeito deste grande tema. A prevalência da economia na sociedade reflete-se no avanço do jornalismo econômico e, com o tempo, no aparecimento de literatura especializada a respeito deste último.

A análise documental do corpus permitiu a classificação e estruturação desses livros em eixos que lhe são mais próprios, conforme o objetivo de cada um. De tal forma que o eixo acadêmico inclui os livros de Quintão (1987), Kucinski (1996), Lene (2013), Puliti (2013) e Fiera (2018); o eixo de origem profissional inclui os livros de Lachini (2000), Caldas (2003) e Resende (2005); e o eixo híbrido tem como único representante o livro de Basile (2002), que realmente se difere dos demais pela forma com que transita entre a parte acadêmica, com todo o seu referencial teórico e desejo de ensinar aos futuros jornalistas especializados em economia, e a parte profissional, com toda sua experiência adquirida e traduzida em aconselhamentos e exercícios práticos. É importante lembrar que, entre o corpus, somente os autores Kucinski (1996) e Basile (2002) foram movidos por esse propósito, mas apenas Basile (2002) entregou tal tipo de contribuição destacável a essa literatura específica no Brasil.

O cruzamento entre os livros que aqui se tornaram um objeto estudado, utilizando uma perspectiva comparada, detectou que, na literatura brasileira sobre jornalismo econômico, as aproximações entre os autores são patentes, por mais distintos que sejam os universos de cada livro, nos subtemas que frequentemente aparecem nestes estudos. Em todos eles, verifica-se a referenciação de um marco inicial deste tipo de jornalismo especializado no Brasil, dos veículos mais importantes, da formação dos profissionais, da linguagem especializada, da ética, da relação com as assessorias de imprensa e da virtualização do mercado. Além disso, pode-se constatar que os autores brasileiros também estão próximos das ideias defendidas pelos autores (estrangeiros) ibéricos, empregados como referência de análise durante a realização da presente dissertação.

Concluiu-se que autores como Quintão (1987), Lachini (2000), Basile (2002) e, principalmente, Resende (2005) ocupam uma posição estratégica no desenvolvimento do assunto. Todos contribuíram para o progresso do

conhecimento, mas estes servem de marcos históricos mais importantes para a área. Eles são fundamentais para distinguir, de acordo com a aceção adotada por esta pesquisa, entre os conceitos de primórdios da imprensa econômica, marcada por seus assuntos financeiros e comerciais e sem a existência de um jornalismo especializado em economia; início do moderno jornalismo econômico especializado no Brasil, a partir do trabalho dos jornalistas estrangeiros Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas, Frederico Heller, Gilles Lapouge e Robert Appy em *O Estado de S. Paulo*, ao final dos anos 1940; e o moderno jornalismo econômico especializado brasileiro que, efetivamente, começa com a criação do primeiro veículo jornalístico especializado na cobertura econômica (macro e micro, financeira e de negócios), de âmbito nacional e conduzido por jornalistas de formação brasileira, que é a revista *Exame* (1967).

É certo que outros eventos vão acontecendo em paralelo, mas estes são os marcos históricos mais importantes para a área conforme esta pesquisa pode apreender. É por tudo o que se viu, aliás, que é possível concluir que o grande impulsionamento do jornalismo econômico no Brasil e brasileiro é anterior ao grande *boom* da informação econômica no mundo (1973). Este foi responsável pelo desenvolvimento e florescimento do jornalismo econômico em vários países, mas este não foi o caso do Brasil – muito mais motivado, num primeiro momento, pelo Plano de Metas de Juscelino Kubitschek e, depois, decisivamente pelas reformas econômicas do período militar.

Apesar de todas as contribuições dessa literatura específica, observou-se, porém, uma série de lacunas no seu aporte ao conhecimento do jornalismo econômico brasileiro. Por exemplo, faltam ainda estudos contando a história dos veículos especializados, como a revista *Banas*, a revista *Exame* – incluindo aí um capítulo à parte dedicado à revista *Expansão*, e o jornal *Valor Econômico* – conforme o prolongamento de sua existência –; e, no tocante aos veículos não especializados, mas profundamente significativos pela referência que recebem dos autores, a revista *Visão* – devido à reconhecida cobertura econômica desenvolvida enquanto revista de política e aos seus mais de 40 anos de existência antes de desaparecer. Não é possível realizar estudos sobre jornalismo econômico desconsiderando especialmente os veículos. Sejam eles especializados ou generalistas com editoria econômica.

Assim, este estudo deixa claro que se pode tratar de jornalismo econômico de várias formas: com análises de conteúdo, a partir do relato de seus personagens, com ensinamentos práticos para futuros profissionais, e – voltando às lacunas existentes que fomentam a necessidade de mais livros – até mesmo com manuais apenas dedicados a ensinar a compreensão ou a melhora da linguagem usada no jornalismo econômico brasileiro. Explorá-las em novas direções é tarefa que se impõe não só aos profissionais, mas também aos acadêmicos interessados em contribuir para o seu desenvolvimento.

Outro ponto que foi percebido é a importância da técnica de entrevistas para a construção dessa literatura específica, em qualquer um dos eixos aqui divisados, sendo a mesma presente em Quintão (1987), Lachini (2000), Caldas (2003), Resende (2005), Lene (2013) e Puliti (2013). Em relação ao subtema ética, ficou expressa a urgência de formulação e formalização de um código deontológico para os profissionais do jornalismo econômico, brasileiros e/ou em atividade no país. Tal documento inexistente e é, sem dúvida, uma lacuna existente entre as ideias dos autores do corpus examinado nestas páginas.

Surpreendentemente para esta pesquisa, verificou-se que, na literatura estudada, a obra que se revelou mais vezes referenciada foi o livro de Kucinski (1996). Todos os demais autores do corpus utilizaram, de maneira adequada, a economia para contextualizar o jornalismo econômico. No entanto, Kucinski (1996), espécie de autor desviante, fez o contrário: utilizou o jornalismo econômico para contextualizar o seu manual de economia. Isso pode induzir a erro quem busca conhecer o jornalismo econômico, em vez da economia, exigindo atenção daqueles que, no futuro, vierem a escrever sobre o assunto.

Aylê-Salassié Filgueiras Quintão (1987), Bernardo Kucinski (1996), Claudio Lachini (2000), Sidnei Basile (2002), Suely Caldas (2003), José Venâncio de Resende (2005), Hérica Lene (2013), Paula Puliti (2013) e Letícia Fiera (2018): cada um destes autores forneceu contribuição importante para a área do jornalismo especializado em economia, ajudando a construir o acervo intelectual representado pela literatura brasileira sobre jornalismo econômico. Revisar sua contribuição é uma forma de preparar o terreno para novos avanços nesta área do conhecimento, cada vez mais significativa para o jornalismo profissional e acadêmico.

REFERÊNCIAS

1. FONTES DOCUMENTAIS

BASILE, Sidnei. ***Elementos do jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor.*** – 2. ed. rev. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 280. p.

CALDAS, Suely. ***Jornalismo econômico.*** – 3. ed. – São Paulo: Contexto, 2012. (Coleção Comunicação). 136. p.

FIERA, Letícia. ***Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula.*** Florianópolis: Insular, 2018. 224. p.

KUCINSKI, Bernardo. ***Jornalismo econômico.*** – 3. ed. rev. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007 (Acadêmica; 6). 240. p.

LACHINI, Claudio. ***Anábase – História da Gazeta Mercantil.*** São Paulo: Lazuli, 2000. 332. p.

LENE, Hérica. ***Jornalismo de economia no Brasil.*** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2013. 480. p.

PULITI, Paula. ***O juro da notícia : jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro.*** Florianópolis: Insular, 2013. 224. p.

QUINTÃO, Aylê-Salassiê Filgueiras. ***O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964.*** Rio de Janeiro: Agir, 1987. 214. p.

RESENDE, José Venâncio de. ***Construtores do jornalismo econômico : da cotação do boi ao congelamento de preços.*** São Paulo: Ícone, 2005. 416. p.

2. DOCUMENTOS ELETRÔNICOS PUBLICADOS

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 1 - 1987 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2Yy9cys>. Publicado em: 16 mai. 2019.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 2 - 1996 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2Ys4x0K>. Publicado em: 16 mai. 2019.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 3 - 2000 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2IbUCGv>. Publicado em: 2 mar. 2020.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 4 - 2002 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2MeSTDo>. Publicado em: 13 out. 2019.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 5 - 2003 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2EcLRdS>. Publicado em: 16 maio 2019.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 6 - 2005 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/37xSeUY>. Publicado em: 17 fev. 2020.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 7 - 2013 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/32BMJUa>. Publicado em: 29 fev. 2020.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 8 - 2013 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2PzcEcX>. Publicado em: 1 set. 2019.

STUMPF, Eliana Patrícia. **Livro 9 - 2018 - Expressões ou termos econômicos.**
Disponível em: <https://bit.ly/2kvpyJN>. Publicado em: 20 set. 2019.

3. LITERATURA AUXILIAR

ABREU, Alzira Alves de. **Desafios da notícia : o jornalismo brasileiro ontem e hoje**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2017. 228. p.

ABREU, Alzira Alves de. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, Alzira Alves de.; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida (orgs.). **Mídia e política no Brasil : jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003. p. 13-74.

A LAZULI. Disponível em: <http://lazuli.com.br/a-lazuli/>. Acesso em: 25 mai. 2019.

ARBEX, Pedro. Revista 'Fortune' é vendida para bilionário tailandês. **Negócios, Brazil Journal**, 9 nov. 2018. Disponível em: <https://braziljournal.com/revista-fortune-e-vendida-para-bilionario-tailandes>. Acesso em: 15 jun. 2020.

ARRESE, Ángel. La identidad de The Economist. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 1995 (Colección Ciencias de la Información - nº 70). 1.096. p.

ARRESE, Ángel. Periodismo económico, entre el “boom” y el crash. In: ARRESE, Ángel; ETAYO, Cristina; MORENO, Elsa; GUERRERO, Enrique; NAVARRO, Mariano. (eds.) **Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos**. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 2010 (Colección Comunicación). p. 17-27.

ARRESE, Ángel. **Prensa económica: De la Lloyd's list al wsj.com**. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 2002 (Colección Comunicación). 443. p.

ARRESE, Ángel; VARA MIGUEL, Alfonso. **Fundamentos de periodismo económico – Temas y lecturas**. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 2011 (Colección Comunicación). 290. p.

ARRESE, Ángel; VARA MIGUEL, Alfonso. Periodismo y Economía In: SOBRADOS LEÓN, Maritza (ed.). **Estudios de periodismo político y económico**. Madrid: Editorial Fragua, 2016 (Colección: Fragua Comunicación - nº 149). p. 47-80.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade interesses de conhecimento – evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL,

George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som : um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 17-36.

BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro : o ciclo ideológico do desenvolvimento**. – 4. ed. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. 484. p.

BIOGRAFIA – Aylê-Salassié Filgueiras Quintão. Os Pioneiros, Quem é Quem, Bosque dos Constituintes, **Câmara dos Deputados**, 2013. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/gestao-na-camara-dos-deputados/responsabilidade-social-e-ambiental/ecocamara/bosque-dos-constituientes/quem-e-quem/pioneiros-1/biografia-2013-ayle-salassie-filgueiras-quintao>. Acesso em: 26. mar. 2019.

BLOOMBERG compra a “BusinessWeek”. Notícias, Geral, **O Estado de S. Paulo**, Nova York, 14 out. 2009. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,bloomberg-compra-a-businessweek,450245>. Acesso em: 15 jun. 2020.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Em busca do desenvolvimento perdido : um projeto novo-desenvolvimentista para o Brasil**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018. 168. p.

BTG Pactual compra revista Exame por R\$ 72 milhões, em leilão. Notícias, Empresas, **Valor Econômico**, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2019/12/05/btg-pactual-compra-revista-exame-por-r-72-milhoes-em-leilao.ghtml>. Acesso em: 8 dez. 2019.

CALDAS, Maria Suely Monteiro. Plataforma Lattes, 18 dez. 2011. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/2497093777655159>. Acesso em: 10 jun. 2019.

CALVO, Elvira. La información económica en la web 2.0 In: SOBRADOS LEÓN, Maritza (ed.). **Estudios de periodismo político y económico**. Madrid: Editorial Fragua, 2016 (Colección: Fragua Comunicación - nº 149). p. 175-194.

CARDOSO, Eliana A. **Economia brasileira ao alcance de todos**. – 4. ed. – São Paulo: Brasiliense, 2000. 196. p.

CARNEIRO, Ricardo. **Desenvolvimento em crise : a economia brasileira no último quarto do século XX**. São Paulo: Editora UNESP, IE – Unicamp, 2002 (Coleção Economia Contemporânea). 423. p.

50 AÑOS – Medio siglo em contínua transformación. Nuestra Historia, **Expansión**, Ciudad de México, 16 abr. 2019. Disponível em: <https://expansion.mx/empresas/2019/04/16/50-aniversario-de-expansion-nuestra-historia>. Acesso em: 23 jun. 2019.

COCA GARCÍA, César; DÍEZHANDINO NIETO, María Pilar. **Información económica – Teoría y práctica**. Barcelona: Editorial Cims 97, 1998 (Libros de Comunicación Global). 230. p.

COCA GARCÍA, César; DÍEZHANDINO NIETO, María Pilar. **Periodismo económico**. Madrid: Editorial Paraninfo, 1991. 156. p.

CORPO Docente, **UFRB**. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/jornalismo/corpo-docente>. Acesso em 23 set. 2019.

CORRÊA, Maria Letícia. *Jornalismo econômico no Brasil : Um estudo a partir da revista O observador econômico e financeiro (1936-1945)* In: CORRÊA, Maria Letícia; CHAVES, Monica Piccolo Almeida; BRANDÃO, Rafael Vaz da Motta (orgs.). **História econômica e imprensa**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2016. p. 113-130.

DEBATES em Rede. Disponível em: <http://debatesemrede.com.br/>. Acesso em 26. mar. 2019.

DIAS, Camila; BALARIN, Raquel. Valor, 15 anos de bom jornalismo e reinvenções, História, **Valor Econômico**. Disponível em: <https://www.valor.com.br/valor15anos>. Acesso em: 24 maio 2019.

DÍAZ GONZÁLEZ, María Jesús. **Como entender las finanzas en la prensa**. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 1996 (Colección nt Comunicación). 182. p.

DRAIBE, Sonia. **Rumos e metamorfoses : um estudo sobre a constituição do Estado e as alternativas da industrialização no Brasil, 1930-1960**. – 3. ed. – São Paulo: Paz e Terra, 2007 (Coleção Estudos Brasileiros). 399. p.

ESTADÃO. Disponível em: https://img.estadao.com.br/fotos/colunas/2018/03/90_90_suely_caldas_estadao_200.jpg. Acesso em: 10 jun. 2019.

FIGUEIREDO, Tatiana Poggi. *Notícias da depressão : O debate sobre a crise de 1929 e a grande depressão nas páginas do New York Times* In: CORRÊA, Maria Letícia; CHAVES, Monica Piccolo Almeida; BRANDÃO, Rafael Vaz da Motta (orgs.). **História econômica e imprensa**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2016. p. 85-112.

FIERA, Letícia. Plataforma Lattes, 21 jun. 2019. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/7550095091565179>. Acesso em: 6. set. 2019.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. – 27. ed. rev. – São Paulo: Companhia Editora Nacional: Publifolha, 2000 (Grandes nomes do pensamento brasileiro). 276. p.

'GAZETA Mercantil' pode circular pela última vez nesta sexta. Notícias, Economia e Negócios, G1. São Paulo, 29. mai. 2009. Disponível em: http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1175329-9356,00-GAZETA+MERCANTIL+PODE+CIRCULAR+PELA+ULTIMA+VEZ+NESTA+SEXTA.html. Acesso em: 25 mai. 2019.

GÉNÉREUX, Jacques. **As verdadeiras leis da economia – I**. São Paulo: Edições Loyola, 2006a. 139. p.

GÉNÉREUX, Jacques. **As verdadeiras leis da economia – II**. São Paulo: Edições Loyola, 2006b. 120. p.

GIAMBIAGI, Fabio... et al. (orgs.). **Economia brasileira contemporânea (1945-2010)**. 2. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. 272. p.

HASSE, Geraldo. Crônica de adeus a um notável jornalista capixaba. **Jornal Já**, Porto Alegre, 6 jan. 2016. Disponível em: <http://www.jornalja.com.br/cronica-de-adeus-a-um-notavel-jornalista-capixaba/?PageSpeed=noscript>. Acesso em: 13 maio 2019.

HERMIDA LLORET, José Manuel. **Cómo leer y entender la prensa económica**. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 1995 (Colección BOLSITEMAS). 178. p.

JORNAL DCI anuncia que encerrará as atividades no impresso e no digital. Notícia, Mídia e Marketing, Economia, **G1**, 17 set. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2019/09/17/jornal-dci-anuncia-que-encerrara-as-atividades-no-impresso-e-no-digital.ghtml>. Acesso em 20 jul. 2020.

JORNAL japonês Nikkei compra inglês Financial Times por £ 844 milhões. Redação, Negócios, **Forbes**, 23 jul. 2015. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2015/07/jornal-japones-nikkei-compra-ingles-financial-times-por-844-mi/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

JULIBONI, Márcio. Morre Sidnei Basile, vice-presidente de Relações Institucionais da Abril. Negócios, Exame, São Paulo, 17 mar. 2011. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/morre-sidnei-basile-vice-presidente-de-relacoes-institucionais-da-abril/>. Acesso em: 27 maio 2019.

KUCINSKI, Bernardo. Disponível em: <http://www.kucinski.com.br/>. Acesso em: 20. abr. 2019.

KUCINSKI, Bernardo. Plataforma Lattes, 9 jan. 2013. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/1294589086346591>. Acesso em: 20. abr. 2019.

LACHINI, Claudio Antonio. **Facebook**, Disponível em: <https://www.facebook.com/claudioantoniolachini/photos/a.460943874102966/557364497794236/?type=3&theater>. Acesso em: 13 maio 2019.

LEITÃO, Míriam. Sidnei Basile: um defensor do jornalismo e da liberdade. Homenagem, Blog Míriam Leitão, **O Globo**. 17 mar. 2011. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/sidnei-basile-um-defensor-do-jornalismo-da-liberdade-369315.html>. Acesso em: 27 maio 2019.

LENE, Hérica. Plataforma Lattes, 22 de setembro de 2019. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/2431232004929227>. Acesso em: 23 set. 2019.

MARTINS, Christiana. **30 Anos de jornalismo económico em Portugal (1974-2004)**. Lisboa: Livros horizonte, 2007 (Coleção Media e Jornalismo). 189. p.

MORRE a jornalista Paula Puliti aos 55 anos. Equipe Agência Estado, **O Estado de S. Paulo**, 6 jun. 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,morre-a-jornalista-paula-puliti-aos-55-anos,70002859313>. Acesso em: 7 jul. 2019.

NASCE a Gazeta Mercantil Experience (GME). Notícias, **Portal dos Jornalistas**, 29 jun. 2016. Disponível em: <https://www.portaldosjornalistas.com.br/nasce-gazeta-mercantil-experience-gme/>. Acesso em: 25 mai. 2019.

NASCIMENTO, Lina. Crianças portuguesas de 3 a 6 anos aprendem educação financeira, em projeto inédito. Reportagem de Jornal das Lajes de Venâncio Resende, **Lina Nascimento**, 17 out. 2017. Disponível em: <https://www.linanascimento.com/reportagem-do-jornal-das-lajes-de-venancio-resende/>. Acesso em: 13 jul. 2019.

O ADEUS a Paula Puliti. **Portal dos Jornalistas**, 6 jun. 2019. Disponível em: <https://www.portaldosjornalistas.com.br/o-adeus-a-paula-puliti/>. Acesso em: 7 jul. 2019.

PASCUCHI, Josep Faus; RAHNEMA, Ahmad. **Cómo interpretar la prensa económica y financeira : Guía práctica para la lectura de las páginas de economía**. Bilbao: Ediciones Deusto, 1996. 249. p.

PULITI, Paula. Plataforma Lattes, 28 dez. 2013. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/4230064228880803>. Acesso em: 7. jul. 2019.

QUINTÃO, Aylê-Salassié Filguieras. Plataforma Lattes, 29 jun. 2012. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/0478998886531213>. Acesso em: 26. mar. 2019.

REDE Brasil Atual. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/entretenimento/2014/02/um-conto-de-bernardo-kucinski-inspirado-em-renato-pompeu-4964.html>. Acesso em: 20. abr. 2019.

RESENDE, José Venâncio de. Autores, **Chiado Editora**. Disponível em: <https://www.chiadoeditora.com/autores/jose-venancio-de-resende>. Acesso em: 13 jul. 2019.

RIBEIRO, Eduardo; PASCHOAL, Engel (org.). **Jornalistas brasileiros : quem é quem no jornalismo de economia**. São Paulo: Mega Brasil e Call Comunicações, 2005. 456. p.

RÍO CABRERIZO, Rosa del. La información económica, un valor en alza In: SOBRADOS LEÓN, Maritza (ed.). Estudios de periodismo político y económico. Madrid: Editorial Fragua, 2016 (Colección: Fragua Comunicación - nº 149). p. 115-152.

RÍO CABRERIZO, Rosa del. La profesionalización de la información económica en España. Madrid: APIE (Asociación de Periodistas de Información Económica), 1999. 143. p.

RÍO CABRERIZO, Rosa del. **Periodismo económico y financiero**. Madrid: Editorial Síntesis, S.A., 2004 (Colección Periodismo Especializado). 288. p. (Edição do Kindle, 3.768 locations)

RÜDIGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação – Trajetória histórica e elementos de epistemologia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002 (Série Comunicação). 191. p.

RUIZ, Manuel Baigorri; VARA MIGUEL, Alfonso. *Los principios fundacionales de un referente del periodismo económico : Business Week*. In: ARRESE, Ángel; ETAYO, Cristina; MORENO, Elsa; GUERRERO, Enrique; NAVARRO, Mariano. (eds.) **Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos**. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, 2010 (Colección Comunicación). p. 221-237.

SILVA, Carla Luciana. *Jornalismo econômico: História dos vencedores* In: CORRÊA, Maria Letícia; CHAVES, Monica Piccolo Almeida; BRANDÃO, Rafael Vaz da Motta (orgs.). **História econômica e imprensa**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2016. p. 271-290.

SKINNER, Quentin. **Visões da política : sobre os métodos históricos**. Algés: Difel, 2005 (Coleção Memória e Sociedade). 292. p.

SOBRADOS LEÓN, Maritza. *Política y Economía, una relación necesaria*. Su estudio como áreas de especialización en el grado de periodismo In: SOBRADOS LEÓN, Maritza (ed.). **Estudios de periodismo político y económico**. Madrid: Editorial Fragua, 2016 (Colección: Fragua Comunicación - nº 149). p. 17-45.

SOBRE, A Forbes Brasil, **Forbes**. Disponível em: <https://forbes.com.br/sobre-2/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

SOBRE nós, *América Economia Brasil*, Company, **LinkedIn**. Disponível em: https://www.linkedin.com/organization-guest/company/brasil-am%C3%A9ricaeconomia?challengeId=AQENcT38ytU9sAAAAXOMWx97-xdJMGzTHLoGY4479xUbAMFDiws_oW4Z_o_K0Fk_0yjieojdi04GLfmi187OTBCSibg-_jQYgA&submissionId=419b7663-6960-2516-9a2e-1c69806b9c61. Acesso em 15. jun. 2020.

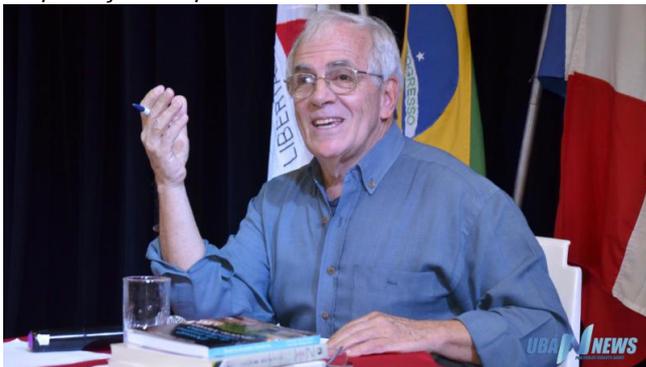
SOBRE nós, *ISTO É Dinheiro*, Company, **LinkedIn**. Disponível em: https://www.linkedin.com/organization-guest/company/istoe-dinheiro?challengeId=AQG8RTI0ISuH3gAAAXOlt5Tt8zknU-b5qPe1wq_2-TQhloCI9BA7R2Rh79COISEcB9izVjCSTM-Rbef_shCA8LV68Ed-EfBeZQ&submissionId=c56ed51b-e328-2516-e799-7e22f8ce2836. Acesso em: 15 jun. 2020.

UBÁ NEWS. Disponível em: <http://ubanews.com/site/wp-content/uploads/2018/10/DSC2012-copiar.jpg>. Acesso em: 26 mar. 2019.

VILAS BOAS, Sergio (org.). **Formação & informação econômica : jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2006 (Coleção Formação & informação). 126. p.

APÊNDICE A – PERFIL DE AYLÊ QUINTÃO¹¹⁶

Reprodução: Felipe Oliveira de Souza/UbáNews



Aylê-Salassié Filgueiras Quintão^{117 118} (cita-se Quintão, A. F.) é mineiro de Piraúba e nasceu em 3 de janeiro de 1941. É o autor precursor da literatura sobre jornalismo econômico no Brasil e, para além disso, é um autor dessa temática junto às obras que partiram do eixo acadêmico.

Quintão apresenta como credenciais acadêmicas as graduações em Jornalismo (1972), Ciência Política (1974) e História (1978) – todas pela Universidade de Brasília –, três especializações entre os anos de 1979 e 1990, sendo duas delas sobre Negócios e Ciências Econômicas, além do Mestrado em Comunicação Social (1984) e o Doutorado em História (2008) também pela UnB. Profissionalmente como jornalista ele atua de 1970 a 1985 na *Folha de S. Paulo* e de 1972 a 1981 no *Correio Braziliense*, e desenvolve a docência no Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) de 1985 a 1987, na UnB de 1990 a 1992 – lecionando especialmente Jornalismo Econômico –, e na Universidade Católica de Brasília (UCB) de 1998 até o final de 2012, quando ocorre seu desligamento. Fora O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964, que foi seu primeiro livro, Quintão assina outras cinco publicações – quatro destas de maneira solo. No entanto, nenhuma delas retoma a temática dos estudos ligados ao jornalismo de economia.

Desde abril de 2016, Aylê-Salassié Filgueiras Quintão assina artigos, especialmente de Política, para o site *Debates Em Rede*¹¹⁹.

A favor do trabalho realizado com o distanciamento necessário pelo autor do primeiro livro deste corpus é pertinente uma lembrança. Ele próprio cobriu como correspondente, por dois anos, o mercado financeiro e econômico em Londres e, conforme está escrito na quarta capa da obra, “com a Nova República, Salassié foi convidado para exercer o cargo de Coordenador de Comunicação Social do Ministério da Reforma e do Desenvolvimento Agrário, cargo que ocupou até o final da atuação nesta pasta do ex-Ministro Néelson Ribeiro¹²⁰”.

¹¹⁶ UBÁ NEWS. Disponível em: <http://ubanews.com/site/wp-content/uploads/2018/10/DSC2012-copiar.jpg>. Acesso em: 26 mar. 2019.

¹¹⁷ Informações coletadas junto ao currículo do autor na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 29 de junho de 2012. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/0478998886531213>. Acesso em: 26. mar. 2019.

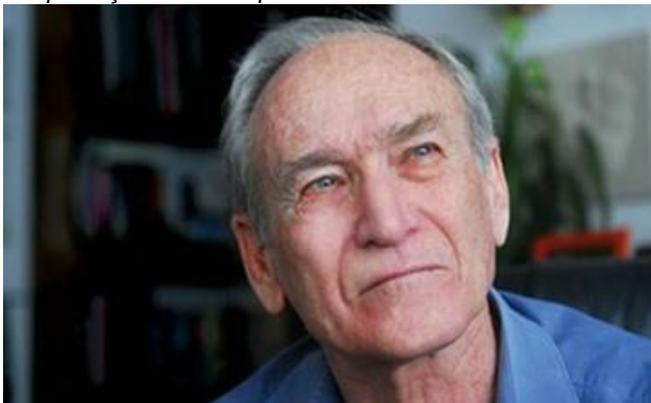
¹¹⁸ Biografia – Aylê-Salassié Filgueiras Quintão. Os Pioneiros, Quem é Quem, Bosque dos Constituintes, **Câmara dos Deputados**, 2013. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/gestao-na-camara-dos-deputados/responsabilidade-social-e-ambiental/ecocamara/bosque-dos-constituintes/quem-e-quem/pioneiros-1/biografia-2013-ayle-salassie-filgueiras-quintao>. Acesso em: 26. mar. 2019.

¹¹⁹ DEBATES em Rede. Disponível em: <http://debatesemrede.com.br/>. Acesso em 26. mar. 2019.

¹²⁰ Durante a parte inicial do governo presidencial de José Sarney, de 30 de abril de 1985 a 28 de maio de 1986.

APÊNDICE B – PERFIL DE BERNARDO KUCINSKI¹²¹

Reprodução: Paulo Pepe/Rede Brasil Atual



Nascido em 25 de outubro de 1937, Bernardo Kucinski¹²² é um paulistano filho de pais judeus poloneses, que imigraram para o Brasil devido à perseguição nazista. Sua vida acadêmica se dá quase toda na Universidade de São Paulo, onde obtém a Graduação em Física (1968) e o Doutorado em Ciências da Comunicação (1991). O Pós-Doutorado transcorre na University of London, sendo finalizado com sua

volta à USP (1995). Além de Jornalismo econômico, a vasta produção literária do autor conta com outros 22 títulos, entre ficção e não ficção, publicados entre 1975 e 2017. Pontualmente, a temática do jornalismo de economia aparece de novo na obra do autor, ao longo de 11 páginas, apenas em “Falácias do jornalismo econômico na era neoliberal”, que é um dos subcapítulos do livro “Jornalismo na era virtual – Ensaio sobre o colapso da razão ética” (2005).

Este autor é apontado por Quintão (1987) como um dos casos raros de jornalistas de economia no Brasil que, durante o período de censura da ditadura militar, simplesmente não reproduziam como notícia os conteúdos convenientemente pautados pelo governo. Mais do que isso, ele efetivamente fazia jornalismo econômico sem negar ao público, ao menos, uma abordagem contestadora do discurso oficial.

Tido como sumidade na área do jornalismo alternativo – vertente dedicada à contraposição dos discursos oficiais e não necessariamente dada à pluralidade de opinião –, Bernardo Kucinski é um jornalista por ofício que também não dispõe de titulações acadêmicas em Economia. Embora tenha vasta experiência na cobertura econômica, de fato, ele deve ser contado como um autodidata nesse tipo de jornalismo especializado. Tal condição, o autodidatismo, é defendida por ele sobremaneira para os jornalistas que pretendem se dedicar a essa editoria.

A atuação profissional jornalística de Kucinski¹²³ tem passagens pelos veículos *BBC* de Londres – em função do exílio na Inglaterra de 1971 a 1974 –, *Opinião* e *Gazeta Mercantil* – como correspondente lá –, *Movimento*, *Em Tempo*, *Exame*, *Veja*, e como correspondente daqui para os londrinos *The Guardian*, *Euromoney* e *Latin America Political Report*, e para o nova-iorquino *Lagniappe Letter*. Foi também assessor especial da SECOM (Secretaria de Comunicação

¹²¹ REDE Brasil Atual. Disponível em:

<https://www.redebrasilatual.com.br/entretenimento/2014/02/um-conto-de-bernardo-kucinski-inspirado-em-renato-pompeu-4964.html>. Acesso em: 20. abr. 2019.

¹²² Informações coletadas junto ao currículo do autor na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 9 de janeiro de 2013. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/1294589086346591>. Acesso em: 20. abr. 2019.

¹²³ Ver amplo site do autor: KUCINSKI, Bernardo. Disponível em: <http://www.kucinski.com.br/>. Acesso em: 20. abr. 2019.

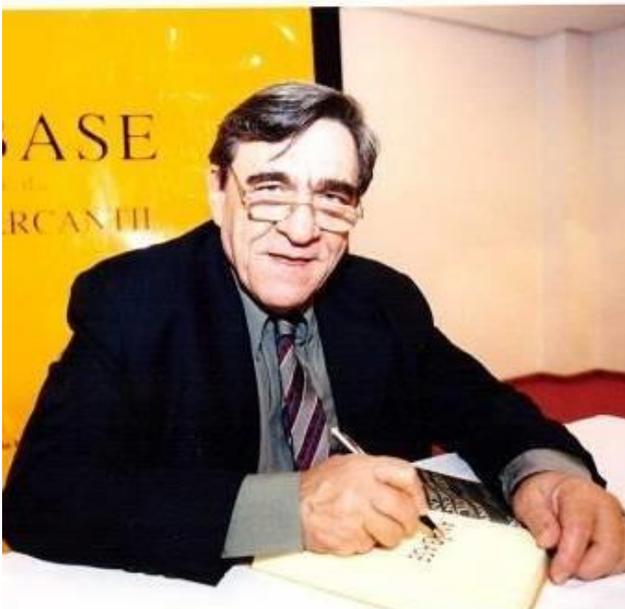
Social), da Presidência da República, durante quase todo o primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, de 2003 a 2006.

Já exercendo a docência, de 1986 a 2007, ele ministra várias disciplinas tanto pela Graduação como pela Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes – Departamento de Jornalismo e Editoração (USP), com maior ênfase em Jornalismo Econômico, Cidadania e Política Internacional. Após sua aposentadoria como professor titular da Universidade de São Paulo, em 2012, Kucinski participa como professor visitante na Graduação e na Pós da Universidade Federal de Santa Catarina e segue sendo colaborador do Partido dos Trabalhadores.

O jornalista de economia Bernardo Kucinski é ainda personagem dos livros de Lachini (2000), Anábase – História da *Gazeta Mercantil*, e Resende (2005), Construtores do jornalismo econômico: Da cotação do boi ao congelamento de preços.

APÊNDICE C – PERFIL DE CLAUDIO LACHINI¹²⁴

Reprodução/Facebook



Capixaba da cidade de Alfredo Chaves, Claudio Antonio Lachini nasceu em 22 de março de 1941¹²⁵. Sua formação acadêmica foi na Graduação em Direito, mas sua vida profissional se faz toda como um jornalista de ofício. Nos anos 1960 ele deixa o Espírito Santo rumo a São Paulo. Ali participou da criação das revistas *Veja* e *Expansão*, fazendo parte das respectivas Redações. A chegada ao periódico *Gazeta Mercantil*, para quem trabalhou durante quase 30 anos em diferentes cargos, acontece em 1974. Em 1984 vai para Curitiba, onde fica até 1994, como diretor da sucursal paranaense. De

volta a São Paulo e enquanto era diretor comercial da GZ, Claudio Lachini escreve *Anábase – História da Gazeta Mercantil*, que é seu primeiro livro em prosa. Inclinado aos relatos históricos, Lachini ainda publicou outros livros, sendo um de poesias, em 1991, outros três como autor e um como organizador nos anos 2000. Em nenhum deles, entretanto, volta à temática do jornalismo de economia. O mais perto disso foi narrar a trajetória do fundador da *Gazeta Mercantil* em *Um revolucionário perplexo – Biografia de Herbert Victor Levy*, em 2002 (Fórum de Líderes), e organizar o livro *A produção de riquezas no Brasil* para a Coleção Grandes Grupos Vol. I, também em 2002 (Gazeta Mercantil)¹²⁶.

Lachini (2000) é um autor pioneiro como representante da vertente de livros do eixo profissional. Até hoje, nenhum outro veículo brasileiro especializado de jornalismo econômico teve sua história contada em livro como a *Gazeta Mercantil*, graças ao seu trabalho. A influência de seu trabalho autoral em *Anábase – História da Gazeta Mercantil* será sentida em outro autor do eixo profissional dessas publicações. Inclusive, é recorrendo a Lachini (2000) que Resende (2005) elabora um capítulo inteiro de seu livro¹²⁷.

Claudio Antonio Lachini faleceu em São Paulo, aos 74 anos, no dia 5 de janeiro de 2016.

¹²⁴ O perfil da rede social Facebook “Claudio Antonio Lachini (1941-2016)” é uma homenagem póstuma, feita pelo filho do autor, o também jornalista de economia André Del Caro Lachini, para sua obra literária e jornalística. Disponível em: <https://www.facebook.com/claudioantoniolachini/photos/a.460943874102966/557364497794236/?type=3&theater>. Acesso em: 13 maio 2019.

¹²⁵ Informação gentilmente cedida por sua filha Luciana Del Caro Lachini, que também atua profissionalmente com jornalismo de economia, em 4 de março de 2020.

¹²⁶ HASSE, Geraldo. Crônica de adeus a um notável jornalista capixaba. *Jornal Já*, Porto Alegre, 6 jan. 2016. Disponível em: <http://www.jornalja.com.br/cronica-de-adeus-a-um-notavel-jornalista-capixaba/?PageSpeed=noscript>. Acesso em: 13 maio 2019.

¹²⁷ Ver Resende (2005, p. 197-227).

APÊNDICE D – PERFIL DE SIDNEI BASILE¹²⁸

Reprodução: Rodrigo Erib/Exame



O paulistano Sidnei Basile nasceu em 27 de outubro de 1946¹²⁹. Tal qual Bernardo Kucinski e Claudio Lachini – com quem trabalhou na *Gazeta Mercantil* –, Basile era jornalista de ofício, mas não de formação. Suas credenciais acadêmicas eram como advogado, pela Faculdade de Direito, e sociólogo, pelo Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, ambos os cursos de Graduação na Universidade de São Paulo (USP).

O trabalho como jornalista teve início no jornal *Folha de S. Paulo*, em 1968, onde foi repórter. Na sequência veio a revista *Expansão*, que era dedicada à cobertura econômica e, nos anos 1970, começa sua trajetória de 18 anos, em diferentes “cargos de chefia”¹³⁰, no periódico *Gazeta Mercantil*.

Ainda profissionalmente, Sidnei Basile ocupou “cargos de direção” no Citibank e na Burson Marsteller, até que abriu sua própria consultoria e, “em 2000, aceitou convite de Roberto Civita para ser diretor da Unidade de Negócios da revista *Exame*”. Durante muitos anos, Basile também lecionou na Graduação em Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero.

Em paralelo estava seu engajamento que o levou a ser vice-presidente do Comitê de Liberdade de Expressão da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP/IAPA); conselheiro da World Wildlife Foundation (WWF-Brazil), do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e do Instituto Akatu para o Consumo Consciente; membro do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), e vice-presidente da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner).

Por sua relevância dentro do cenário brasileiro de jornalismo econômico, Basile é, inclusive, personagem nos respectivos livros assinados por Lachini (2000) e Resende (2005). Além disso, deve ser lembrado como o único autor, até aqui, responsável por publicar um livro que contemple ambos os eixos dessa produção: o acadêmico e o profissional. Efetivamente, o autor Sidnei Basile é singular porque, dentre outras questões abordadas, ele foi o único que se propôs – e conseguiu –

¹²⁸ JULIBONI, Márcio. Morre Sidnei Basile, vice-presidente de Relações Institucionais da Abril. Negócios, Exame, São Paulo, 17 mar. 2011. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/morre-sidnei-basile-vice-presidente-de-relacoes-institucionais-da-abril/>. Acesso em: 27 maio 2019.

¹²⁹ Informação gentilmente cedida, em 3 de março de 2020, por seu filho e também jornalista de economia Juliano Basile, que faz parte da equipe do jornal *Valor Econômico* desde a sua criação no ano 2000.

¹³⁰ Ver Basile (2012).

redigir um livro em que o leitor pode saber como é que, na prática, se faz a cobertura jornalística de economia.

Sidnei Basile faleceu em São Paulo, aos 64 anos, no dia 16 de março de 2011. Era vice-presidente de Relações Institucionais do Grupo Abril. Antes, porém, já doente, conseguiu terminar os três capítulos adicionais da segunda edição revista e ampliada do livro Elementos de jornalismo econômico – A sociedade bem-informada é uma sociedade melhor (2002), que foi publicada em 2012. Muito dessa preocupação de Basile, por orientar as novas gerações de jornalistas dedicados à cobertura econômica, encontra ressonância no que escreveu, em sua homenagem, a jornalista de economia Míriam Leitão¹³¹.

A imprensa para Sidnei era sacerdócio, trincheira de defesa de valores, função para ser exercida com olho no interesse público. Nas reuniões de pauta, ele falava de princípios. Isso era em plena ditadura, e ele chefiava a “Gazeta Mercantil”, em Brasília. O sonho que ele tinha era de fazer um jornal econômico moderno, preciso, mas com visão social e política. Montou uma redação com nomes que marcam a imprensa, como Lillian Witte Fibe, Cláudia Safatle, Celso Pinto, Célia de Gouvêa Franco, entre outros. Apesar da pouca idade na época, sua maturidade era notável, seu olhar, surpreendente, sua generosidade, rara.

[...] Sidnei me ensinou o ofício como nenhuma outra pessoa. Me orientou sobre ter objetivos e persegui-los. Me mostrou falhas; passou truques de textos, apuração e entrevista. Foi a pessoa mais importante na minha formação profissional; e foi referência para inúmeros outros jornalistas pelas lições de rigor na apuração e noção de que servimos a quem consome a nossa informação. “Corra o risco de perder o furo; não corra o risco de dar uma notícia errada”, dizia aos repórteres.

O jornalismo econômico no final dos anos 1970 estava no meio de discussões sobre liberdade das empresas, do mercado, e da cidadania. O Estado, que de tanto crescer sufocava e capturava as empresas, era o mesmo que restringia as liberdades individuais e fechava a economia. Sidnei ensinava que o jornalismo econômico deveria ser exercido dentro desse contexto (LEITÃO, 2011).

¹³¹ LEITÃO, Míriam. Sidnei Basile: um defensor do jornalismo e da liberdade. Homenagem, Blog Míriam Leitão, **O Globo**. 17 mar. 2011. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/sidnei-basile-um-defensor-do-jornalismo-da-liberdade-369315.html>. Acesso em: 27 maio 2019.

APÊNDICE E – PERFIL DE SUELY CALDAS¹³²

Reprodução: Estadão



Maria Suely Monteiro Caldas nasceu, em 19 de outubro de 1944¹³³, na cidade de Belém (PA). De 1963 a 1966, Suely cursa a Graduação em Jornalismo¹³⁴ na Faculdade Nacional de Filosofia (FNFfi) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Profissionalmente, ainda em 1966, inicia a carreira jornalística como estagiária em *O Globo*. Teve passagens por *O Jornal*, veículo do grupo de Assis Chateaubriand, e, em 1968¹³⁵, pela sucursal carioca da *Folha de S. Paulo*, cobrindo a editoria de Geral. Em 1969, “após três meses presa por militância política”, Suely se esconde trabalhando na “redação do *Jornal do Brasil*”:

“Eram tempos bicudos, tempos muito duros, em que você saía estigmatizado da cadeia... O meu marido estava preso – ficou quase três anos preso – e eu com duas crianças para criar. Mas havia um movimento de solidariedade nas redações. Eu não podia ser repórter. Eu não podia sair na rua. Eu não podia entrevistar autoridade, porque eu era uma militante política. Eu tinha saído da cadeia. Então, o *Jornal do Brasil* me acolheu, porém me botou como redatora da área de Internacional. Depois, eu fui para a Agência JB. Foi um período que eu tinha que ficar meio escondida na cozinha da redação por questões políticas. Eu fiquei no *Jornal do Brasil* uns quatro ou cinco anos. Era o período Médici, o mais bravo da ditadura militar” (CALDAS citado por RESENDE, 2005, p. 274).

Mais tarde, entre 1977 e 1979, ela se tornaria integrante do Comitê Brasileiro pela Anistia. A incursão de Suely Caldas no jornalismo de economia começa em 1974, quando “foi chefiar a agência de notícias econômicas APEC, que fora comprada pelo grupo *Visão*, de Henry Maksoud” (RESENDE, 2005, p. 274). Além da revista *Visão*, a *Exame* também contou com o trabalho dela, em 1987, como chefe de Redação da sucursal¹³⁶.

¹³² ESTADÃO. Disponível em:

https://img.estadao.com.br/fotos/colunas/2018/03/90_90_suely_caldas_estadao_200.jpg. Acesso em: 10 jun. 2019.

¹³³ Trata-se da data real de seu nascimento. Suely conta que possui duas certidões: essa e outra com a data de 19 de outubro de 1943, providenciada quando ela era criança, por sua mãe, a fim de que pudesse cursar a antiga 5ª série do primário.

¹³⁴ Informações coletadas junto ao currículo da autora na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 18 de dezembro de 2011. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/2497093777655159>. Acesso em: 10 jun. 2019.

¹³⁵ Ver Resende (2005, p. 273-4, 288-292).

¹³⁶ Ver Ribeiro & Paschoal (2005, p. 302).

O ingresso na *Gazeta Mercantil*¹³⁷, a quem credita como sua grande escola de formação no jornalismo econômico, se deu em 1976. Ali foi repórter durante 10 anos cobrindo o abrangente segmento de comércio exterior.

Entre os anos de 1981 e 1985, em paralelo à cobertura econômica, ela lecionou na Graduação em Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Em 1988, Suely Caldas inicia sua longa trajetória por *O Estado de S. Paulo* à frente da “coordenadoria de Economia da sucursal carioca” (RIBEIRO & PASCHOAL, 2005, p 302). Ali, em 1992, ela passa a ser colunista de Economia e diretora da sucursal. Em 2006, a jornalista pede ao periódico paulista para deixar a parte diretiva, mantendo apenas a colaboração semanal em sua coluna. Assim, ela executa outros projetos como, por exemplo, voltar a lecionar Jornalismo. É o que acontece em seu retorno à PUC-Rio, em 2007, e vai até dezembro de 2017. Nesses 10 anos, Suely Caldas alternou sua vida profissional entre a docência e a coluna dominical publicada em *Estadão*.

Assim como Bernardo Kucinski e Sidnei Basile, seus colegas de ofício e livros¹³⁸ dedicados ao tema jornalismo de economia, Suely Caldas figura como personagem nos livros de Lachini (2000), *Anábase – História da Gazeta Mercantil*, e Resende (2005), *Construtores do jornalismo econômico: Da cotação do boi ao congelamento de preços*. Graças ao depoimento concedido ao último, em 29 de setembro de 1999, é que se tem o registro de que Suely Caldas também fez cobertura econômica, simultaneamente ao trabalho na *Gazeta Mercantil*, em veículos do jornalismo alternativo, que faziam “oposição ao regime militar”. Para esses, Suely abordava as notícias que não podia publicar no periódico da família Levy.

“Eu escrevia muito para o *Movimento* e o *Opinião*, que era onde eu podia fazer escapar informações que me chegavam. Depois, tinha um jornal de economia aqui no Rio chamado *Relatório Reservado*. Eles pagavam uma merreca, mas a gente colocava ali as coisas que a gente não podia botar no jornal que nos pagava melhor. Então, eu colaborei muito com eles também. Era a forma de eu informar, por mais que o público leitor fosse muito mais restrito. Era a forma de desovar aquilo que me chegava” (CALDAS citado por RESENDE, 2005, p. 292).

¹³⁷ Ver Lachini (2000, p. 329).

¹³⁸ Em conversa realizada no dia 5 de março de 2020, Suely Caldas revelou que seu livro *Jornalismo Econômico* (2003) foi escrito atendendo o convite feito pela editora Contexto, para integrar a Coleção Comunicação. A autora explica que até conseguiu ultrapassar um pouco os limites estabelecidos pela editora, pois a praxe da coleção é publicar livros que não excedam 120 páginas.

APÊNDICE F – PERFIL DE JOSÉ VENÂNCIO DE RESENDE¹³⁹

Reprodução/Jornal das Lajes



José Venâncio de Resende nasceu, em 4 de dezembro de 1952¹⁴⁰, na cidade de Resende Costa (MG). Suas credenciais acadêmicas são a Graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (SP), em 1976, e o bacharelado em Economia pela Universidade São Judas Tadeu (SP). Resende também tem especialização “em divulgação técnico-científica e de agronegócio, tendo atuado na área de Comunicação da Federação da Agricultura e da Secretaria de Agricultura do Estado de SP (Instituto de Economia Agrícola/Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios)”¹⁴¹.

Profissionalmente como jornalista, ele acumula passagens pelos “jornais *Diário Popular*”, “onde começou sua carreira profissional”, “*O Estado de S. Paulo* e *Gazeta Mercantil*” – apesar de não estar mencionado no livro de Claudio Lachini (2000). Na chamada “*Escola Gazeta Mercantil* de jornalismo”, Resende trabalhou como revisor entre abril de 1977 e março de 1979.

José Venâncio de Resende tem atuado como “colaborador do *Jornal das Lajes*, de Resende Costa” (MG), desde 2008. O veículo tem como foco a “divulgação dos municípios da microrregião dos Campos das Vertentes” e está sediado na cidade mineira de “São João del-Rei”. “A partir de 2013”, o autor “divide o tempo entre Brasil e Portugal, escrevendo sobre economia, história e cultura”. Fora da temática do jornalismo econômico, Resende é autor dos livros “*Baronesa de Arary – Nobres, pobres, artistas, oportunistas*”, “*Vendedora de Ilusões*” (em parceria com Mari-Lidia Mendonça), e “*A Política em Municípios dos Campos das Vertentes*”.

Seu livro Construtores do jornalismo econômico: Da cotação do boi ao congelamento de preços, que pertence à literatura brasileira sobre jornalismo econômico como representante dos livros do eixo profissional, empreende um estudo histórico que é, sem dúvida, o maior e melhor já realizado na área até hoje. Seu rigor em nada é insuficiente, por exemplo, quando comparado a um estudo acadêmico. Se a maioria dos trabalhos publicados sobre jornalismo econômico pode referenciar, por exemplo, o nome do jornalista alemão Gerhardt Ottobanaskiwitz/Geraldo Banas como o pioneiro de um moderno jornalismo econômico especializado no Brasil, é graças ao registro histórico de Resende (2005).

¹³⁹ NASCIMENTO, Lina. Crianças portuguesas de 3 a 6 anos aprendem educação financeira, em projeto inédito. Reportagem de *Jornal das Lajes* de Venâncio Resende, **Lina Nascimento**, 17 out. 2017. Disponível em: <https://www.linanascimento.com/reportagem-do-jornal-das-lajes-de-venancio-resende/>. Acesso em: 13 jul. 2019.

¹⁴⁰ Informação gentilmente cedida pelo autor José Venâncio de Resende em 6 de março de 2020.

¹⁴¹ RESENDE, José Venâncio de. Autores, **Chiado Editora**. Disponível em: <https://www.chiadoeditora.com/autores/jose-venancio-de-resende>. Acesso em: 13 jul. 2019.

APÊNDICE G – PERFIL DE HÉRICA LENE¹⁴²

Reprodução/UFRB



Hérica Lene Oliveira Brito¹⁴³ nasceu, em 20 de maio de 1975, na cidade de Itabuna (BA)¹⁴⁴. Profissionalmente, Hérica Lene trabalhou como repórter dos jornais *A Gazeta*, entre 1999 e 2000, e *A Tribuna*, entre 1998 e 1999, ambos do Espírito Santo, em diferentes editorias, incluindo a de economia. Entre maio de 2000 e novembro de 2001 – posteriormente ao livro de Claudio Lachini (2000) –, Hérica Lene trabalhou como “repórter do jornal *Gazeta Mercantil* no Espírito Santo”, atuando junto ao “caderno regional” e também desenvolvendo “revistas especializadas e cadernos especiais que circularam” nas “edições nacionais do jornal”.

A formação acadêmica de Hérica Lene inclui a Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), em 1997, a Especialização em Estratégias em Comunicação Organizacional pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória, em 2001, o Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), em 2004, e o Doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em 2009. Desde 2011, Lene coordena o grupo de pesquisa “Comunicação, identidades e memória” e desenvolve, principalmente, pesquisas sobre história da imprensa.

Por seu trabalho como pesquisadora foi agraciada com o “Prêmio Freitas Nobre 2006, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação” e, em 2001, venceu o “7º Prêmio Capixaba de Jornalismo, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)”.

Sua extensa pesquisa sobre a cobertura da mídia em relação aos planos econômicos dos anos 1980 e 1990, depois publicada como o livro Jornalismo de economia no Brasil que pertence ao eixo acadêmico da literatura brasileira específica, contribui de forma modelar para a área tendo em vista o rigor com que procurou referenciar o trabalho de todos os livros brasileiros sobre jornalismo econômico que antecederam o seu. Além disso, entre os livros desse eixo, somente o seu procurou observar e analisar a extensão e repercussão dos fatos econômicos para além dos domínios da editoria de Economia.

¹⁴² CORPO Docente, **UFRB**. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/jornalismo/corpo-docente>. Acesso em 23 set. 2019.

¹⁴³ Informações coletadas junto ao currículo da autora na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 22 de setembro de 2019. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/2431232004929227>. Acesso em: 23 set. 2019.

¹⁴⁴ Informação gentilmente cedida pela autora Hérica Lene em 5 de março de 2020.

APÊNDICE H – PERFIL DE PAULA PULITI

Reprodução/Facebook em Estadão



Nascida na capital paulista, em 12 de março de 1964, Paula Puliti trilhou 32 anos de carreira jornalística, sendo os primeiros nas editorias de cultura (*Gazeta de Pinheiros*), educação (*O Estado de S. Paulo*), saúde (*Folha de S. Paulo*) e ainda com passagens pelo *Diário do Grande ABC* e Editora Abril. Sua trajetória na editoria de Economia começa como repórter em fevereiro de 1995, de volta ao Grupo Estado, e dura 24 anos. Na Agência Estado, ela chegou aos cargos de chefe de reportagem e editora, afastando-se do trabalho para tratar problemas de saúde decorrentes de uma doença rara e hereditária¹⁴⁵.

A formação acadêmica de Paula Puliti contém a Graduação em Jornalismo pela USP (1987), o Mestrado em História Internacional pela London School of Economics and Political Science (1999) e o Doutorado em Ciências da Comunicação novamente na USP (2009). Profissionalmente¹⁴⁶ ela também ministrou aulas em cursos de Graduação e Pós-Graduação nas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Seu livro O juro da notícia – Jornalismo econômico pautado pelo capital financeiro, que pertence aos livros do eixo acadêmico, deve ser lembrado pela maior amostragem de matérias jornalísticas reunidas e analisadas por um autor entre os títulos do referido eixo.

Paula Puliti faleceu em São Paulo, aos 55 anos, no dia 06 de junho de 2019¹⁴⁷.

¹⁴⁵ O ADEUS a Paula Puliti. **Portal dos Jornalistas**, 6 jun. 2019. Disponível em:

<https://www.portaldosjornalistas.com.br/o-adeus-a-paula-puliti/>. Acesso em: 7 jul. 2019.

¹⁴⁶ Informações coletadas junto ao currículo da autora na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 28 de dezembro de 2013. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/4230064228880803>. Acesso em: 7. jul. 2019.

¹⁴⁷ MORRE a jornalista Paula Puliti aos 55 anos. Equipe Agência Estado, **O Estado de S.Paulo**, 6 jun. 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,morre-a-jornalista-paula-puliti-aos-55-anos,70002859313>. Acesso em: 7 jul. 2019.

APÊNDICE I – PERFIL DE LETÍCIA FIERA

Reprodução: Ana Rita Mayer/Terceira capa de *Fiera* (2018)



A autora que encerra o corpus desta pesquisa é a única que não é jornalista nem de formação e nem de ofício. Letícia Fiera, que nasceu em 17 de maio de 1973 na cidade de Porto Alegre (RS)¹⁴⁸, tem sua carreira profissional voltada essencialmente para a docência e o cenário acadêmico, onde desenvolve “pesquisa interdisciplinar sobre sistema financeiro, jornalismo e políticas públicas educacionais”¹⁴⁹. Além disso, ela integra o Núcleo de Estudos sobre o Sistema Financeiro (NESFI) e o Grupo de Investigação em Políticas Públicas (GIPE-Marx), ambos vinculados à Universidade Federal de Santa Catarina.

Seu currículo inclui duas graduações, na Faculdade Porto-Alegrense de Educação (FAPA), em Letras – Língua Portuguesa e Literatura Portuguesa e Brasileira (1997) e, na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em Letras/Francês (2010). Fiera possui ainda Especialização (Maîtrise) – Francês Língua Estrangeira (2000) e Mestrado em Ciência da Linguagem (2001), ambas as titulações pela Université Paris Nord, e Doutorado em Sociologia Política pela UFSC (2014). Profissionalmente, Letícia Fiera já ministrou aulas da disciplina de Língua Portuguesa Instrumental em diferentes cursos de Graduação da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Desde 2012 é professora vinculada à Secretaria de Educação do Estado de Santa Catarina (SEDE-SC).

Seu livro Jornalismo econômico e os lobos das finanças – Grupo Folha e o Governo Lula, que integra os títulos do eixo acadêmico, deve ser encarado como uma contribuição adicional para a área, vinda de uma profissional que está fora da prática jornalística. O que, sem dúvida, é demonstrativo da relevância e do interesse quanto à temática do jornalismo de economia no Brasil para além de seus profissionais.

¹⁴⁸ Informação gentilmente cedida pela autora Letícia Fiera em 4 de março de 2020.

¹⁴⁹ Informações coletadas junto ao currículo da autora na Plataforma Lattes que, à época desta consulta, haviam sido atualizadas pela última vez em 21 de julho de 2019. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/7550095091565179>. Acesso em: 6. set. 2019.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br