

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” (UNESP)
FACULDADE DE ARQUITETURA ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)

GABRIELE RODRIGUES ALVES DA SILVA

**JORNALISMO ECONÔMICO EM CENÁRIO DE CRISE:
O CONSUMIDOR NAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS *EXAME* E *G1***

BAURU - SP

2017

GABRIELE RODRIGUES ALVES DA SILVA

**JORNALISMO ECONÔMICO EM CENÁRIO DE CRISE:
O CONSUMIDOR NAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS *EXAME* E *G1***

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (Faac) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) para obtenção do grau de bacharel do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo.

Orientação: Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente

BAURU – SP

2017

GABRIELE RODRIGUES ALVES DA SILVA

JORNALISMO ECONÔMICO EM CENÁRIO DE CRISE: O CONSUMIDOR
NAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS *EXAME* E *GI*

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (Faac) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) para obtenção do grau de bacharel do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo.

Orientação: Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente.

Bauru, _____ de _____ de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente
(Orientador e presidente da banca)

Prof. Dra. Ângela Maria Grossi

Prof. Dr. Murilo César Soares

AGRADECIMENTOS

"Todo conhecimento começa com um sonho". Agradeço a Deus pelas bênçãos e oportunidades firmadas na fé ao longo dos anos de estudo. Aos meus pais, Benta e Otávio, minha eterna gratidão por terem empenhado todas as suas forças para que os meus sonhos se tornassem o conhecimento e a mudança que eu queria ver. Agradeço por terem investido em minha educação em todos os anos de vida e por acreditarem que ela é instrumento para mudar o mundo e transformar a vida das pessoas. Obrigada pelos primeiros livros, por admirarem as primeiras linhas escritas e por terem sido os primeiros professores da vida. Nenhum passo até aqui seria possível se não fosse pela dedicação imensurável, pelos conselhos afáveis e pelo apoio de vocês nas novas escolhas, sem esquecer da aquisição e aprendizado das velhas. Agradeço com todo o meu coração por serem, nesta jornada, e sempre, o alicerce mais sólido que eu poderia ter. A vocês meu reconhecimento por se doarem com tanto amor e benevolência a esta minha escolha.

Agradeço ao meu irmão Everton (*in memoriam*), tão doce e companheiro, por ter sido minha lição personificada de zelo e cuidado ao próximo. Obrigada por me ensinar que aceitar o outro tal como é faz do mundo um lugar diverso e melhor. Agradeço a minha avó, Maria (*in memoriam*), pelos conselhos na infância, traduzidos no sorriso generoso e no jeito amável e divertido de ser. À avó Alventina por nunca ter se esquecido de mim em suas orações durante os anos de faculdade. Agradeço ao meu padrinho Ariston por apoiar e se interessar pelos meus primeiros trabalhos jornalísticos e a minha madrinha Marieta pela presença ao longo de minha educação. Gratifico tias, tios e primos por toda admiração a esta profissão que escolhi.

À amiga de infância, Amanda, por toda lealdade, palavras de afeto e carinho ao longo desta jornada. Minha gratidão por ter feito a amizade ser o ponto de tranquilidade e reflexão necessário, em meio aos contratempos acadêmicos. Agradeço às amigas Érica, Gabriela, Laís, Mariana e Marília por terem vivido o curso de Jornalismo junto comigo em suas mais variadas formas de aprendizado. Obrigada pela maneira com que desenvolvemos as tarefas ao longo do curso, encontrando a direção no percurso a partir da cumplicidade, união e entusiasmo. A presença altruísta de vocês fez do Jornalismo um caminho ainda mais admirável a seguir.

Ao melhor amigo e namorado, Fernando, meu agradecimento pelo estímulo e admiração à minha atuação no Jornalismo. Obrigada pelos conselhos e orientações que validaram uma trajetória muito mais leve até aqui. Agradeço pela sua presença conexas ao amor e ao

companheirismo que se atentou, inúmeras vezes, às expectativas que eu tinha em relação à pesquisa. Agradeço pelo cuidado inerente ao seu olhar.

Gratidão aos profissionais do Jornalismo que compartilharam suas experiências práticas ao longo de minha formação: Liliane, Natália, Victor e Thiago. Agradeço à amiga e escritora Tamiris por ensinar que é possível extrair do Jornalismo crônicas cotidianas tão sensíveis que ensinam e transformam. Aos colegas de sala, agradeço pelos debates que acordaram o sentimento de "fazer diferente" na profissão.

A todos os professores que contribuíram com o meu aprendizado ao longo do curso, meu agradecimento, em especial, ao professor Max pela orientação paciente e por ter apontado as diretrizes do tema com tanta solicitude e sabedoria para que este estudo se concluísse.

Sou grata também aos editores João Pedro do portal *Exame* e Renato do portal *G1* por contribuírem com as entrevistas deste trabalho. Aos respondentes da pesquisa aplicada neste estudo, por fim, obrigada por compartilharem os hábitos de leitura sobre o Jornalismo Econômico, essenciais às considerações findadas. "Todo conhecimento começa com um sonho" e este estudo, sem dúvida, faz parte desse começo.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha família: minha mãe, meu pai e meu irmão (*in memoriam*) que viabilizaram com tanto amor as chances para eu caminhar rumo aos meus sonhos e metas durante todo o tempo até aqui. Dedico ainda a todos os jornalistas que acreditam ser possível educar e aprender por meio da informação verdadeira, clara e acessível e a todos os leitores que se interessam pelo Jornalismo Econômico.

EPÍGRAFE

“[...] creio que a discussão econômica, quando não leva em conta o impacto que as decisões têm sobre a população, particularmente os mais pobres, é despolitizadora e imobilizadora”

(Sidnei Basile)

RESUMO

O estudo proposto evidencia como as notícias de economia divulgadas em um período de crise econômica e também política ainda distanciam o cidadão consumidor da relação entre seu cotidiano e o contexto econômico atual. A partir da análise e comparação das notícias divulgadas pela sessão “Economia” dos *portais* *GI* e *Exame*, entre 11 de abril de 2016 e 11 maio de 2016, período de intensificação da crise que culminou, inclusive, no impeachment da presidente Dilma Rousseff, pretende-se entender e caracterizar como o Jornalismo Econômico de serviços põe à margem o cidadão consumidor em um cenário de crise e centraliza instituições e o próprio mercado financeiro como objetos de preocupação jornalística. Foram analisadas e comparadas 20 reportagens do período em questão, cuja metodologia utilizada equivale-se à análise de conteúdo de Laurence Bardin (2009). O estudo se fundamenta ainda em uma pesquisa descritiva, explicativa e bibliográfica que observa a realidade a partir das notícias, detalha suas características e se compromete em propor outros recursos para inserir o leitor consumidor no contexto da crise pelo qual passou o país no período estudado.

Palavras-chave: Jornalismo Econômico. Jornalismo de serviços. Consumidor. Portal *Exame*. Portal *GI*.

ABSTRACT

The study aims to show how the economic news published in a period of economic and political crisis keeps the consumer and citizen in a distant relationship between his daily live and the economic context of the country. Based on the analysis and comparison of articles from the "Economy" section of *GI* and *Exame* portals, between 11 April 2016 and 11 May 2016, a period of economic and political crisis that culminated in the impeachment of president Dilma Rousseff it aims to explain and to characterize how the economic journalism of services situates the consumer citizen in margin of a crisis scenario and centralizes institutions and financial market as objects of journalistic concern. 20 articles that were selected from the period in question for this study were analyzed and compared, based on the methodology of Laurence Bardin (2009). The study was also based on descriptive, explanatory and bibliographical research that looks at reality from the news, detailing its features and committed to offer other typical features of the media to insert the reader in context of the crisis that the country was going through in the period studied.

Key-words: Economic journalism. Service journalism. Consumer. *Exame* portal. *GI* portal.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O JORNALISMO, A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS E O JORNALISMO ECONÔMICO	15
3 A TRAJETÓRIA ECONÔMICA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO	34
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
5 INFERÊNCIAS SOBRE O MATERIAL COLETADO	71
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
REFERÊNCIAS	85
APÊNDICE A - ANÁLISE INDIVIDUAL DAS NOTÍCIAS.....	94
APÊNDICE B - AGRUPAMENTO DAS NOTÍCIAS EM CATEGORIAS.....	114
ANEXO A - NOTÍCIAS ANALISADAS (INCLUÍDAS EM CD)	

INTRODUÇÃO

Pensar na importância no Jornalismo Econômico implica considerar que não há história do Jornalismo sem assuntos econômicos. Essa ideia defendida por alguns autores, entre eles Suely Caldas e Sidnei Basile, reforça que a economia sempre fez parte do cotidiano das pessoas e, de alguma forma, integra o cenário em que vivem, afetando-as direta ou indiretamente.

É com o Jornalismo Econômico que chegam ao público as notícias sobre as contas nacionais, sobre a variação da inflação, as dívidas externa e interna do país, bem como as informações sobre a estabilidade de empresas e do comércio em suas mais variadas categorias. Além da dinâmica do mercado de trabalho, das transações de moedas e do dia a dia do trabalhador e do consumidor.

No Brasil, desde o final do século XIX, os jornais já noticiavam o tema econômico com mais proeminência e inauguravam colunas e especiais sobre o que era destaque nacional. Por muito tempo, o mercado do café, por exemplo, foi pauta para as notícias, uma vez que o setor era o que mais impulsionava a economia brasileira no começo do século XX (CALDAS, 2003). Mas nem sempre os autores dessas colunas eram puramente jornalistas.

Observando o amadurecimento do Jornalismo Econômico ao longo dos anos, foi a partir da década de 1950, com a remodelagem do capitalismo mundial, que o papel do jornalista em economia passou a ter ainda mais importância. Isso se deve ao modelo promovido pelo então presidente Juscelino Kubitschek, que governou o Brasil de 1955 a 1960. A partir de seu “Plano de Metas”, JK colocou em prática um conjunto de medidas desenvolvimentistas a fim de alavancar a economia brasileira. Era um novo começo.

Mas foi no período da ditadura militar no Brasil que o Jornalismo Econômico começou a se configurar da maneira que conhecemos hoje. Como a economia era um dos setores que interessava aos militares promover para reafirmar a eficácia que julgavam ter o seu modelo de governo, era desejável a esse grupo que a mídia da época noticiasse o crescimento e os novos índices de ascensão econômica do Brasil.

Trata-se de um período, especificamente entre 1968 e 1973, conhecido como “Milagre Brasileiro” ou “Milagre Econômico” em que se promoveu a ideia de que o Brasil era uma economia próspera, geradora de empregos e estável. Enquanto isso, a divulgação de notícias sobre a dívida externa brasileira e sobre o aumento da desigualdade de renda entre os brasileiros era contida e quase inexistente.

Durante os anos de governo militar, principalmente a cobertura sobre política nacional sofreu as medidas arbitrárias do regime e, conseqüentemente, suas áreas relacionadas como a política local e a segurança pública também. Diante desse espaço da apuração minimizado e do interesse militar em ver estampando nos jornais as conquistas econômicas do Estado, a editoria de economia passa a ser a porta voz, muitas vezes não censurada, da editoria de política, além de pautar os assuntos econômicos.

Com esse maior espaço, surgiram dois aspectos da cobertura econômica que se apresentam como desafio até os dias de hoje: a linguagem técnica e o pouco didatismo ao tratar os termos e conceitos de economia dentro do Jornalismo. Autores como Bernardo Kucinsky pontuam que a meta de facilitar a compreensão ainda é difícil de ser alcançada já que o desafio de traduzir processos econômicos complexos em linguagem acessível não foi vencido. E essa situação, entre outros fatores, pode ocorrer “porque os processos econômicos se definem num outro plano de saber que não o do saber convencional” (KUCINSKY, 2000, p. 14).

Simultaneamente, extrai-se dessa ascensão do Jornalismo em economia a notoriedade de informações de serviços e utilidade pública com a especialização de repórteres em economia popular. Trata-se do Jornalismo de serviços que é objeto de estudo nesta pesquisa. Apesar de ser uma área que só cresceu diante da restrita liberdade de expressão a que estavam submetidos os jornalistas, cobrir fontes oficiais obrigatórias que trouxessem ao público informações sobre os preços dos alimentos, por exemplo, foi uma maneira de outros perfis, não instruídos em economia, se interessarem pelo conteúdo econômico ao se identificarem com ele. Caldas (2003) reforça que as donas de casa aumentaram seu interesse pela leitura econômica a partir desse tipo de Jornalismo desenvolvido.

Com a redemocratização do Brasil, após período de ditadura, o Jornalismo Econômico tornou-se a área que emblematizava as novas oportunidades econômicas sob a ótica do mercado financeiro. Surgiram muitas revisas e cadernos especializados em negócios, empresas e no mercado a fim de traduzir o novo sistema que chegava ao Brasil. Espelhava-se, por meio do Jornalismo Econômico, quais eram as perspectivas de crescimento, sobretudo aos setores já privilegiados financeiramente

O surgimento do modelo neoliberal contribui para que o mercado financeiro, de certa forma se apoiasse no Jornalismo em economia e normatizasse o conteúdo a partir de sua própria perspectiva. Prova disso é o uso excessivo de jargões econômicos, notícias que se resumem a exposição de taxas e índices sem se preocupar com a contextualização para todas as camadas sociais, independentemente da posição social que ocupam.

Além do problema de conteúdo mais técnico, nos governos democráticos (pós ditadura) é verificado também um embaraço com a notoriedade que vinha ganhando o Jornalismo de serviços, a partir da chegada do modelo neoliberal. O Jornalismo de serviços em economia não deixou de existir, mas adquiriu uma nova roupagem, mais preocupado com os negócios de empresas bem sucedidas, do que com o cidadão como objeto de preocupação jornalística, inclusive em períodos de crise econômica. Apresenta-se nesta pesquisa a caracterização do neoliberalismo, já que o Jornalismo Econômico foi pilar fundamental para aproximar o grande público – sobretudo a classe média – dos benefícios desse sistema.

Dessa forma, as notícias de Jornalismo de serviços inserem ou põe à margem o cidadão consumidor em um cenário de crise? A partir desse problema, este estudo tem por finalidade analisar e comparar as notícias de Jornalismo de serviços online em veículos especializados e não especializados, sobretudo em um cenário de crise econômica enfático que se estabeleceu no ano de 2016, a fim de verificar se inserem em seu conteúdo o cidadão consumidor. Esse cidadão, entre o público geral, preocupa-se com o planejamento financeiro pessoal e costuma relacionar ao seu cotidiano as nuances da economia brasileira.

Os veículos especializados e não especializados deste estudo são representados, respectivamente, pelos portais de notícia *Exame* e *GI*. Eles foram escolhidos para análise na pesquisa por serem veículos populares e reconhecidos pela cobertura econômica. O portal *Exame* é especializado e está vinculado à revista impressa *Exame*, publicação brasileira existente desde 1967. Já o portal *GI* é reconhecido pela cobertura econômica regional e nacional em vários estados e cidades e está entre os dez maiores portais de notícias do Brasil. Ambos possuem um público difuso, com leitores de diferentes faixas etárias, não especializados necessariamente em economia, e que se encaixam na categoria consumidor independentemente da posição social que ocupam.

Foram analisadas 20 notícias mais incisivas sobre o problema que o estudo pretende se debruçar, dez de cada portal de notícia, publicadas entre o período de 11 de abril de 2016 a 11 de maio de 2016. Esse período foi selecionado, pois a crise política atrelada à crise econômica dos últimos anos edificou um cenário em que uma sucessão de acontecimentos afetava diretamente o cidadão consumidor, ávido por informação.

Em 11 de abril, por exemplo, foi aprovado o processo de impeachment contra a presidente Dilma Rousseff e entre os dias 11 de maio e 12 de maio, a decisão de que a presidente seria afastada vigorou. Esses são acontecimentos que têm importância para a economia nacional também.

A crise econômica já definia um círculo de atenção, em virtude de sua configuração ter se dado anos antes. Mas a crise política, uma vez comprometendo a atuação da presidente, preocupava o cidadão, cobrando do Jornalismo a precisão na cobertura dessas informações. O estudo se compromete em verificar se essa precisão aconteceu e se inseriu o cidadão no conteúdo econômico mesmo com a crise ocupando os títulos a todo o momento, já que neste cenário se faz necessária a identificação e a projeção desse tipo de leitor no conteúdo publicado, para que ele mesmo compreenda os desdobramentos políticos e econômicos, bem como as consequências para o seu contexto.

Os objetivos pretendidos são: contextualizar o período estudado e realizar um estudo de obras relacionadas com o Jornalismo Econômico; ler as notícias selecionadas, levantar e fichar as informações relevantes; evidenciar ainda se a estrutura da notícia colabora para compreensão do acontecimento noticiado na crise ou se ela ainda distancia o consumidor da relação entre seu cotidiano e o contexto econômico atual e, por fim, observar e apontar outros recursos do Jornalismo para inserir o leitor consumidor no contexto da crise pela qual passou o país no período estudado.

A partir da análise de conteúdo de Bardin (2009) as notícias foram fichadas e selecionadas as informações relevantes. Elas foram então, agrupadas em três categorias de análise: *Consumidor, Mercado e Manifestações da crise* que permitiram identificar as concepções práticas, as técnicas usadas, as principais especificidades dos sites, assim como as alterações e permanências narrativas. Arelada à análise estiveram uma pesquisa geral aplicada por meio de formulário que verificou o consumo de notícias de economia pelos cidadãos na crise. Além disso, foram realizadas entrevistas com os editores responsáveis pelas seções “Economia” dos respectivos portais. Vale ressaltar que o estudo se preocupou apenas com essas seções, ou seja, todas as notícias analisadas são provenientes dessa editoria.

A estrutura da notícia colaborou para compreender se o fato noticiado na seção “Economia” se relacionava com crise e se, a partir de então, permitia ao leitor relacionar o seu cotidiano ao contexto econômico atual. Essa verificação foi viabilizada pelas teorias jornalísticas expostas no estudo e pela caracterização dos valores notícia que ajudaram a identificar melhor a proposta do conteúdo econômico nos sites analisados

Para tanto, o presente estudo se estruturou em seis capítulos. Inicialmente, aqui no capítulo 1, promove-se uma breve descrição do que o estudo pretende apresentar, além da importância de se examinar o Jornalismo em economia. No capítulo 2, é conceituado o que se entende por Jornalismo e são apresentadas algumas teorias da área propostas por autores como Nelson Traquina. É nesse capítulo ainda que o estudo resgata a história do Jornalismo

Econômico sob a ótica de Sidnei Basile, Suely Caldas e Bernardo Kucinsky, completando com a relação desse segmento com a especialização e com o Jornalismo digital.

No capítulo 3, fica em evidência a trajetória econômica brasileira a partir do surgimento do modelo neoliberal. É detalhado a aplicação desse modelo nos governos democráticos dos últimos 20 anos e sua influência no Jornalismo até desembarcar na recessão econômica enfática no ano de 2016. Um ano de crise cujo período específico entre abril e maio a pesquisa se preocupa em investigar.

No capítulo 4, são postos os procedimentos metodológicos, em suma, representados pela análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2009). São notórios ainda os critérios de seleção das notícias e as categorias de análise a que foi submetido o material selecionado.

No capítulo 5, são apresentadas as inferências do que foi observado, relacionando os resultados com os critérios de noticiabilidade, com a pesquisa aplicada por meio de formulário e com as entrevistas dos editores dos veículos. No capítulo 6 são colocadas, por fim, as considerações a respeito do diagnóstico obtido, como também o reforço de argumentos levantados por estudiosos ao longo da pesquisa, sem esquecer das novas impressões alcançadas.

Dessa maneira, apresenta-se a seguir uma pesquisa oportuna para investigar a caracterização das notícias de Jornalismo Econômico de serviço online na abordagem especializada e não especializada. Além disso, o estudo colabora para elucidar novas formas de acessibilizar o conteúdo econômico a públicos menos instruídos na área que ressignificam o Jornalismo Econômico como um conteúdo, por vezes, rígido e incompreensivo.

2 O JORNALISMO, A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS E O JORNALISMO ECONÔMICO

São muitas as abordagens que encontramos para caracterizar o Jornalismo nas pesquisas em comunicação. Quando se questiona, afinal, o que é o Jornalismo, a indagação, para alguns estudiosos, acaba por estar intimamente vinculada ao poder e à disputa pela representatividade pública na zona de mídia (GOMES, 2004).

Para outros, como o estudioso Nelson Traquina, o Jornalismo, embora seja uma atividade que se limita, muitas vezes, aos hábitos do tempo em que está inserida ou aos formatos e hierarquias determinados por quem administra o veículo de comunicação, é ainda a atividade guiada pelo “criar”, como descreve minuciosamente:

Uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa. E os jornalistas não são apenas trabalhadores contratados, mas membros de uma comunidade profissional que há mais de 150 anos de luta está empenhada na sua profissionalização com o objetivo de conquistar maior independência e um melhor estatuto social. (TRAQUINA, 2005, p.22).

O autor elucida que nesse exercício, o jornalista é um contador de histórias. Admite-se que o Jornalismo é uma atividade condicionada por fatores como o horário de entrega das reportagens, o famoso deadline; as hierarquias presentes nas empresas de mídia; a competitividade com outros veículos; a dinâmica do negócio patrocinada por anunciantes, entre outros. Porém, não se trata de uma atividade intelectual menos autônoma por isso, pois ainda assim reside em seu exercício o poder de influenciar as pessoas e a estimulá-las a tomar decisões a partir da identificação com o fato noticiado ou com as fontes apresentadas.

E os acontecimentos ao longo da história do Jornalismo ao revelarem a industrialização, a urbanização e o princípio da liberdade de imprensa nos sistemas de governo – que se transformaram a partir do século XIX – colaboraram muito para que a identidade da profissão fosse capaz de adquirir o caráter primeiro de informar ao público. Além disso, a remuneração, lado a lado com os avanços tecnológicos, consolidou um espaço para os profissionais.

Traquina aponta três vertentes norteadoras do Jornalismo na democracia e que confirmaram o poder da área. São elas: o crescimento, a comercialização e a profissionalização

do Jornalismo. Todas foram alicerces necessários para a visualização do poder do Jornalismo que conhecemos até os dias de hoje.

Esse crescimento alcançado pela área jornalística, sobretudo no século XX, deve-se ao capitalismo, ao desenvolvimento da imprensa, ao potencial da publicidade enquanto meio de financiamento, ainda que os subsídios políticos fossem presentes, sem falar no surgimento de novos meios de comunicação como o rádio e a televisão. Já no século XXI, outro fator para o seu crescimento é a internet.

Enquanto isso, a vertente da comercialização se estruturou a partir da venda da informação como mercadoria, ao passo que, com a renda gerada, era possível pagar aos profissionais e financiar tanto sua remuneração quanto sua normatização profissional como descreve Traquina:

O Jornalismo enquanto atividade remunerada desenvolveu-se durante o século XIX, na sequência de um processo complexo de industrialização da sociedade, escolarização, urbanização, avanços tecnológicos e a implantação de regimes políticos em que o princípio da liberdade de imprensa se tornou sagrado. (TRAQUINA, 2005, p.105).

Em meio a esse processo de transformação do Jornalismo em atividade comercial e de sua independência para produzir a notícia como seu produto mercadológico, cabe ponderar que nasce a responsabilidade de fornecer uma informação que nem sempre é de conhecimento total ao cidadão a quem se fala. Paralelamente, nasce também o compromisso de vigiar e fiscalizar as origens da informação, provenientes dos órgãos governamentais. Configura-se com isso o caráter de utilidade pública ao exercício da profissão jornalística (TRAQUINA, 2005).

Contudo, considerando esses apontamentos e observando o Jornalismo estabelecido – sobretudo neste século e nas últimas décadas – com a circulação de seu conteúdo na internet, notoriamente, há uma mudança no que diz respeito à sua afinidade com o conceito de mídia. Como defende Sidnei Basile (2012), é fato passado pressupor que conglomerados de mídia são também, exclusivamente, de Jornalismo. Isso porque, apesar da mídia ainda ser identificada como Jornalismo, a prevalência de seus valores não são necessariamente a razão de ser das novas mídias (BASILE, 2012).

Mudam-se os conceitos e, simultaneamente os compromissos. Como visualiza-se o caráter de utilidade pública dado ao Jornalismo – e a que Traquina se refere – a partir do momento em que os valores essenciais ao Jornalismo são postos de lado com a predominância do valor mercadológico?

Entre esses valores, a que Basile se refere está o compromisso com o interesse público, que é ponto de divergência entre os interesses de grandes organizações de mídia e do próprio Jornalismo. Um valor, dentre outros, considerado importante e defendido também por Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2008) na obra *The elements of journalism* da seguinte maneira:

1- A primeira obrigação do Jornalismo é com a verdade. 2- Sua primeira lealdade é com os cidadãos. 3- Sua essência é a disciplina da verificação. 4- Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem. 5- O Jornalismo deve ser um monitor independente do poder. 6- O Jornalismo deve abrir espaço para crítica e o compromisso público. 7- O Jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante. 8- O Jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional. 9- Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência”. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003; p. 22-3).

Para esses autores, tal como podemos desprender da colocação anterior, o compromisso do Jornalismo deve ser com os cidadãos e o exercício da profissão não deve privilegiar apenas o lado dos negócios ou do serviço público. Basile (2012) conta que os autores de *The elements of journalism* ilustram por meio da conduta de uma emissora de TV, em Tucson, nos Estados Unidos, como os veículos de comunicação poderiam ser mais claros quanto aos seus interesses e deveres.

Nesta TV chamada *KGUN-TV* foi criado uma “Carta de Direitos ao Telespectador” que determinava o que os cidadãos daquela localidade poderiam esperar do exercício profissional da TV e isso incluía a prática investigativa do veículo, a apuração ética das notícias, o direito à privacidade e o direito dos cidadãos de cobrarem a emissora, bem como enviarem feedbacks sobre a programação que assistiam. A iniciativa foi aceita com entusiasmo pelos habitantes de Tucson por se sentirem respeitados e valorizados na medida em que participavam ativamente da vida da emissora.

No Brasil, o “Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros” determina em seu artigo 6º que “o exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e de finalidade pública, subordinado ao presente Código de Ética” e entre os deveres estabelecidos pelo código estão o “de divulgar todos os fatos que sejam de interesse público”; “o de lutar pela liberdade de pensamento e expressão” e o “de defender o livre exercício da profissão”. Tudo isso conferiu ao Jornalismo um profissionalismo a partir da preocupação com uma conduta moral que o afirmou como meio oficial para exercer o ato de informar.

Mas em tempos de impérios de mídia, característica marcante dos meios de comunicação no século XXI, alguns autores, como o próprio Basile, questionam se esses deveres (que colaboram para a existência ou para a aproximação da isenção jornalística) prevalecem. O Jornalismo é para o mercado ou para cidadania? (BASILE, 2012) – titula o autor em um de seus capítulos da obra “Elementos de Jornalismo Econômico”.

Sobre essa questão, discute-se a qualidade da informação produzida pelo Jornalismo na atualidade. Com qual finalidade é produzida a informação nas últimas décadas? Muita informação como nunca visto antes é lançada continuamente pelos veículos de comunicação. Na internet, isso é muito mais evidente, pois o espaço online determina uma concorrência de informações muito grande e explora o fator “tempo” com muito mais prontidão. Ou seja, além dos veículos estarem em busca de um público que os prefiram pela informação objetiva e direta, eles também entendem que o consumidor daquela informação não quer perder tempo. Quer ser ágil na leitura.

Cria-se, assim, muita informação de entretenimento, notícias curtas em sua maioria, de maneira a fidelizar aquele leitor por meio de seus acessos. Mas isso não significa que as instituições que as publicam se preocupam com o público e com a informação que ele consome e isso ilustra como os interesses entre Jornalismo e mídia divergem. Ou seja, o Jornalismo é tido apenas como negócio em detrimento de sua responsabilidade primeira com o interesse público, especialmente no novo espaço que veicula suas notícias – a internet. Cabe, dessa forma, definir então o que é notícia e, em seguida, conhecer os critérios que a definem tal como veremos a seguir.

De acordo com as ideias de Jorge Pedro Sousa em “Elementos do Jornalismo Impresso” (2001) com todas as transformações que têm acontecido, é papel inerente do jornalista selecionar e hierarquizar os acontecimentos a fim de transformá-los e difundi-los como notícia (SOUSA, 2001, p.38). Embora os critérios não sejam unânimes em todo lugar e mudem ao longo do tempo, já que o que não era notícia no ontem pode ser notícia no amanhã, neste estudo são considerados principalmente os pontos de vista de Sousa (2001) e Traquina (2005).

Admite-se que entre os fatores que atuam sob os critérios de noticiabilidade estão: a linha editorial do veículo, escolhida também por uma série de outros fatores sociais, políticos, econômicos e pessoais. Critérios subjetivos e relevantes que, em síntese, assim como reforça Sousa, são:

[...] influências pessoais (como as idiossincrasias de um jornalista), (b) um pendor social, sobretudo organizacional, por exemplo, relacionado com a postura social da organização noticiosa (como a inter-relação desta com os restantes news media), (c) um pendor ideológico, visível, por exemplo, no

destaque noticioso dado às figuras-públicas do poder político e económico e (d) um pendor cultural, resultante das culturas profissional, de empresa e do meio. (SOUSA, 2001, p.44).

Entre as teorias apontadas por Traquina (2005), relevantes para este estudo, e que tentam identificar os condicionantes da notícia, estão “A teoria do espelho” que se preocupa em apontar a realidade como determinante para o conteúdo da notícia. Nessa teoria, o jornalista é um “comunicador desinteressado”, um agente cuja missão é exibir a verdade, independente dos interesses envolvidos na transmissão da mensagem. Ele é considerado aqui imparcial e apenas mediador da notícia.

Na teoria da “Ação pessoal” ou do *gatekeeper*, a produção da informação passa por uma série de escolhas do Jornalismo. Essas etapas seriam os *gates* e, uma vez aprovada, a notícia estaria sendo escolhida a partir das experiências e anseios do *gatekeeper* – o próprio jornalista. Trata-se de um processo subjetivo e movido por uma ação pessoal, bem como também afirma Sousa (2001).

Já na “Teoria organizacional”, reside o conflito de interesses mencionado ao início deste capítulo e que norteia a caracterização das notícias de economia online que virão a seguir. O Jornalismo nesta conjuntura é um negócio e, por isso, o exercício da profissão é determinado pela normatização das instituições e pelos seus recursos económicos. É nesta teoria que, por exemplo, a publicidade atua como fator determinante na inclusão de determinada notícia pelo veículo que a circula.

A notícia também é identificada como instrumento que favorece determinados interesses políticos. Nesse sentido, pertencendo à “Teoria política”, afirma-se, dessa forma, que as notícias “são distorções sistemáticas que servem aos interesses de certos agentes sociais específicos que utilizam as notícias na sua visão de mundo, da sociedade etc...” (TRAQUINA, 2005, p.163).

Na “Teoria construcionista” as notícias ainda que construídas sob a ótica do jornalista, são capazes de ensinar ao leitor e, assim, não poderiam ser incluídas ao campo do que é inventado, pois trata-se de uma realidade construída válida. Fica evidente a rejeição da teoria do espelho, porque, as notícias, na verdade, ajudariam a construir a própria realidade.

Por fim, entre as teorias que Traquina (2005) aponta ainda estão a “Teoria estruturalista” e a “Teoria interacionista” – a primeira reproduz na notícia a ideologia dominante em virtude da interação de três fatores: a burocracia das organizações; a estrutura dos valores-notícia ao lado da prática e ideologia do jornalista; e o próprio momento de construção da notícia.

Enquanto isso, a segunda apresenta como condicionante o fator tempo, elemento que interfere na construção da notícia devido aos horários de fechamento e entrega do conteúdo produzido pelo jornalista.

Essas teorias, no entanto, não são regras para os veículos de comunicação, mas se fundem constantemente no exercício da profissão não importando a natureza do veículo. O que se desmembra da relevância de cada uma é o que podemos chamar de valor notícia. Aqueles valores que validam um determinado fato a ponto dele se tornar de conhecimento público. Em menção aos autores Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965) que enumeram doze valores notícias que lapidam um assunto e dão a forma de notícia a ele, Traquina expõe:

1) a frequência, ou seja, duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good news”. (GALTUNG; HOLMBOE (1965) apud TRAQUINA, 2005, p.70).

Para os autores, quanto mais valores um fato possuir, mais habilitado a ser noticiado ele está, mas ele também é vulnerável a deixar de ser notícia quando surge outro contendo mais valores ainda. Entre os critérios que o próprio Traquina formulou – e que são os mais importantes para este estudo, destacam-se os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. No quesito seleção, os valores estão divididos em duas categorias: os critérios substantivos e os critérios contextuais.

Os critérios substantivos são aqueles que, uma vez inerentes aos acontecimentos, os tornam interessantes. Entre eles estão: a morte; a notoriedade dos envolvidos no acontecimento; a proximidade com o leitor para quem se fala; a relevância; a novidade; o tempo em que aconteceu; a notabilidade; o inesperado e os conflitos que uma vez violentos meneiam o cotidiano com infrações ou escândalos.

Já os critérios de seleção contextuais dizem respeito ao processo de produção das notícias e os aspectos levados em conta não são mais inerentes aos acontecimentos. Entre esses critérios estão: a disponibilidade em se cobrir o fato; o equilíbrio que determina se aquela notícia não é de um assunto publicado recentemente; a visualidade que prescreve se aquele fato

terá elementos visuais suficientes; a concorrência que objetiva a exclusividade quando comparada aos outros veículos do mesmo ramo e, por fim, o dia noticioso é um critério de seleção contextual que diz se aquele dia, naquela época do ano, é adequado para se publicar o fato.

Enquanto isso, no quesito construção citados por Traquina (2005), os valores notícia são aqueles que vão olhar para dentro do fato e averiguar o que há de ser destacado ou omitido. É a preocupação com a abordagem. Para isso, contam com os critérios de: simplificação a fim de eliminar a ambiguidade; a amplificação que colabora para o fato ser notado por um grande público; a relevância que apresenta a importância do fato; a personalização que considera “as pessoas se interessam por pessoas” (TRAQUINA, 2005, p.92); a dramatização que robustece o lado emocional das pessoas envolvidas e, para finalizar, há o critério da consonância em que o jornalista insere novidades a um contexto já conhecido.

Um exemplo é a ocorrência de acidentes aéreos em que, além de noticiar o fato recente, o jornalista também apresenta esse mesmo tipo de acontecimento em tempos passados como forma de tornar a leitura mais interessante e dar espaço para o leitor comparar e se informar.

Ao descrever a configuração da notícia, ainda que os critérios não sejam universais, eles são compartilhados com amplitude entre a comunidade jornalística até hoje, inclusive nos segmentos do Jornalismo especializado e digital que são presentes neste estudo. E ao falar deles, é imprescindível considerar como a ascensão de novas tecnologias incluiu uma nova forma de fazer Jornalismo e, conseqüentemente, alterou a relação da área jornalística com o conceito de mídia dito anteriormente.

O Jornalismo especializado, enquanto campo de estudo, é um ramo recente que, em sua configuração, poder ser: pensado sob uma perspectiva normativa, direcionada para o processo de produção e pensado sob uma perspectiva conceitual que vai ao encontro de práticas e conceitos que definiram esse processo jornalístico (TAVARES, 2009, p. 116). Isso se estabelece por ter acontecido ao longo do tempo uma “evolução dos meios de comunicação e a formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos” (TAVARES, 2009, p.117). A especialização surge como a demanda de consumidores específicos que desejam ver pautados assuntos e informações com mais profundidade.

Porém, o Jornalismo sempre esteve destinado a falar de assuntos específicos desde o predomínio dos jornais impressos e do rádio como principais veículos de comunicação. A divisão por editorias é um exemplo disso. Mas como ressalta Tavares a lógica de especialização começou a confrontar-se com a especialidade já existente em virtude da introdução de outros meios e, também, de outros regimes de produção como os critérios de noticiabilidade, de

visibilidade e de periodicidade (TAVARES, 2009, p.118). No trecho a seguir, o autor descreve esse confronto no antes e aponta a distinção da especialização a partir do surgimento do rádio e da televisão:

Antes, o Jornalismo impresso – principalmente o diário 4 – falava de forma especializada sobre o mundo, mas dentro de uma lógica que se apoiava, basicamente, em dois preceitos: o da cobertura sobre os fatos e o do texto de “informação pura”. Com a chegada do rádio e posteriormente da televisão, aponta-se para o surgimento de uma crise cujo ápice está associado ao final da década de 1960 e início da década de 1970. (TAVARES, 2009, p. 118).

Dessa forma, entende-se o Jornalismo especializado, com enfoque em sua perspectiva normativa, como fruto das exigências de um público específico. Isso difere da vocação jornalística comumente de falar sobre o “todo”, de maneira mais generalista, uma vez que uma série de fatores colaboraram para o surgimento da especialização dentro do Jornalismo na época mencionada pelo autor. Um deles, por exemplo, é o cenário de crise externa que põe em evidência uma tensão de credibilidade informativa como a que aconteceu depois do escândalo de *Watergate* nos Estados Unidos.

Ao considerar o contexto brasileiro – e pensando no Jornalismo Econômico – é nessa época, inclusive, que predomina o “Milagre Brasileiro” ou “Milagre Econômico”, entre 1968 e 1973, período em que se promoveu a ideia de que o Brasil era uma economia afortunada, geradora de empregos e estável. Mas a verdade é que não havia espaço para as notícias sobre a dívida externa brasileira e o aumento da desigualdade de renda entre os brasileiros. Ao contrário da economia alavancada, o Brasil estava vivendo uma fase como Basile afirma:

Esse período é caracterizado por baixa inflação, elevados níveis de crescimento econômico e pesado endividamento do setor público, que só será sentido dez anos depois, no início dos anos 1980, quando a fatura chega e o país tem sua grande quebra contemporânea. (BASILE, 2011, p. 83).

Coincide com essa fase referida acima, o Ato Institucional número 5 (AI-5), decretado no final do ano de 1968, durante o governo do presidente militar Costa e Silva. O AI-5 foi caracterizado por uma censura prévia e generalizada em diversos setores sociais, políticos e econômicos, dando liberdade e poderes ao governo para agir arbitrariamente, ao passo que a liberdade de expressão era suprimida sumariamente.

Nessa fase da história, principalmente a cobertura política nacional sofreu as medidas arbitrárias do regime e, conseqüentemente, suas áreas relacionadas como a política local e a segurança pública também. Diante desse espaço da apuração minimizado e do interesse militar em ver estampando nos jornais as conquistas econômicas do governo, a editoria de economia passa a ser a porta voz, muitas vezes não censurada, da editoria de política e do cenário econômico apresentando-o de forma bastante positiva e claramente comprometida com a visão oficial propagada pelos governos militares. No mesmo período, ganharam notoriedade informações de serviços e utilidade pública com a especialização de repórteres em economia popular como elucida a jornalista Suely Caldas:

A extinta Superintendência Nacional de Abastecimento (Sunab) e o também extinto Conselho Interministerial de Preços (CIP), encarregados da fiscalização e reajustes de preços de alimentos e produtos industriais, tinham cobertura diária e obrigatória. Foi uma experiência positiva, que estimulou donas de casa a praticar o saudável hábito de ler jornal. (CALDAS, 2003, p.19).

Apesar de economia ser uma área do Jornalismo que só teve mais notoriedade diante da fiscalização de liberdade de expressão, a cobertura das fontes oficiais obrigatórias que viabilizassem aos profissionais as informações sobre os preços dos alimentos entre outros serviços, foi uma maneira de outros perfis, não familiarizados obrigatoriamente com economia, se interessarem pelo conteúdo econômico ao passo que se afeiçoavam com ele.

Surge aqui um exemplo de como a especialização inaugura uma nova metodologia de trabalho jornalístico que, além de pautar assuntos específicos para um público específico, não se compromete apenas em sua produção textual com o “noticiar” de forma rápida e objetiva, mas vai além, explicando e se debruçando de forma mais profunda e completa sobre aquela informação. O Jornalismo especializado é desafiado a informar, mas também a produzir um conhecimento necessário à sociedade que, muitas vezes, escasseia-se de discursos que ajudam a esclarecer sobre seu cotidiano.

Ao passo que uma nova demanda de consumidores específicos insurge, cresce também os novos produtos jornalísticos, sobretudo na internet. O Jornalismo especializado habita também esse meio, mas para isso precisou de adaptações ao longo do tempo. Os parágrafos a seguir tratam de caracterizar desta vez o Jornalismo digital, para compreensão do formato que passou a prevalecer neste novo espaço.

Enquanto o surgimento da internet e dos primeiros sistemas online idealizados por Tim Berners-Lee datam quase quarenta anos, o Jornalismo digital emerge um pouco depois. A maioria dos sites jornalísticos nasce como reprodutores do conteúdo publicado em papel (FERRARI, 2014). Sem a concepção de portais que notamos hoje, os sites de notícia provêm das próprias empresas de Jornalismo que tinham seu conteúdo em outros formatos, sobretudo o impresso.

Ao observar as páginas dos portais, nota-se as principais notícias representando, respectivamente, seções específicas do próprio portal. Essa característica se assemelha bastante ao recurso do jornal impresso que setoriza os assuntos e apresenta as notícias que os representam na primeira capa. Mas como ressalta Ferrari (2014) é importante apontar uma diferença que norteia, inclusive, a definição de Jornalismo digital, pois enquanto o Jornalismo online se vale da transposição do conteúdo impresso para a internet, o Jornalismo digital se cria na internet com todos os seus produtos nascendo ali, no espaço online. Não se limita a uma mera reprodução de conteúdo.

Em meados dos anos 1990, os sites daquelas empresas de mídia entraram no ar. Entre os pioneiros, como ressalta Ferrari (2014), estavam o Jornal do Brasil, o Globo e a agência Estado. Embora esses e outros portais tenham passado por transformações ao longo do tempo, eles nascem com o intuito de se aproximar dos internautas por meio de conteúdos segmentados, de vários setores e áreas, e esse objetivo se mantém até hoje. No entanto, a maneira de fazer Jornalismo com a internet mudou. Uma nova normatização surgiu, um novo jeito de informar e consumir informação. Basile, inclusive pontua:

[...] hoje em dia o entretenimento típico é dar uma surfada na internet, saber quais são as últimas notícias, receber e enviar e-mails e tocar o dia em frente, com muitas outras atividades em que o entretenimento se insinua sutilmente, fracionadamente, picadinho. (2012, p.35).

O autor se refere a um comportamento digital que apresenta o conteúdo em fragmentos, sem uma preocupação aprofundada com os acontecimentos e com outras práticas consagradas pela profissão ao longo do tempo. Se pensarmos até mesmo no conceito do Jornalismo especializado, como visto anteriormente, neste contexto de “informações fracionadas” a que Basile se refere, até os portais que se comprometem com uma cobertura mais detalhada e plural falham.

Falham quando não consideram que no meio online, o Jornalismo não está sozinho como a única fonte de verdade na articulação dos fatos que apura. O leitor é seu companheiro

na tarefa de “apresentar verdades” e a digitalização da mídia mudou as condições que determinavam às empresas jornalísticas a capacidade de monopolizar o fluxo das informações.

Paralelamente a essa nova configuração, as ideias defendidas por Helder Bastos (2012) em seu estudo “A diluição do Jornalismo no ciberJornalismo” assinalam que o jornalista, quando passa a trabalhar em uma redação digital, tende a ser inserido em uma rotina de produção de caráter muito mais técnico do que propriamente jornalístico e isso o distancia das chances de fundamentar as informações pelos meios típicos da prática da profissão que exige a seleção da informação, a forma de redigi-la, de inseri-la em um contexto e, por fim, dar a notícia.

Bastos defende ainda que o Jornalismo ao se adaptar ao ciberespaço diluiu pilares essenciais, entre eles o rigor na verificação dos fatos que cede lugar a uma validação cega (BASTOS, 2012). O papel de *gatekeeper*, apresentado em uma das teorias jornalísticas deste estudo, sofre alterações à medida em que o profissional deixa de ser o único capaz de dar a notícia com credibilidade.

Um problema gerado com as novas normas do Jornalismo digital é o enfraquecimento na qualidade do Jornalismo veiculado na internet, a medida em que se dá mais ênfase a “tarefas de alto teor técnico de rotina” (BASTOS, 2012, p.294). Essas tarefas, por exemplo, seriam a reprodução do conteúdo impresso na internet, ou a reprodução de dados e índices divulgados por assessorias de imprensa sem a devida preocupação com a articulação e clareza da mensagem.

Diante da conjuntura dos valores do Jornalismo, sobretudo o do interesse público, cabe, portanto, a investigação para averiguar se a normatização das práticas consolidadas ao longo do tempo, bem como aquelas de fazer Jornalismo na internet, colaboram para a compreensão do leitor em um segmento do Jornalismo que se preocupa esta pesquisa: o Jornalismo Econômico. E ele é apresentado a seguir.

O Jornalismo Econômico é um segmento do Jornalismo especializado. Mas sua história – diferente de outros segmentos da especialização jornalística – começa junto com a imprensa. Como argumenta a jornalista Suely Caldas, a economia nunca deixou de ser pautada desde que a imprensa surgiu no Brasil e o recorte a seguir feito pela autora, descreve algumas ocasiões históricas em que isso aconteceu:

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 de economia nacional. (CALDAS, 2003, p. 11).

No entanto, observando o amadurecimento do Jornalismo Econômico no Brasil, foi a partir da década de 1950 com a remodelagem do capitalismo mundial que o papel do jornalista em economia começa a adquirir uma perspectiva mais notória. O modelo promovido pelo então presidente Juscelino Kubitschek, que governou o Brasil de 1955 a 1960, adquire importância econômica, pois, com seu “Plano de Metas”, JK pretendia colocar em prática um conjunto de medidas desenvolvimentistas a fim de impulsionar a economia brasileira.

Isso resultou no investimento do setor de transportes, energia e em uma atenção especial para a indústria de base com intuito de substituir as importações e fazer com que a indústria brasileira fosse capaz de produzir seus próprios bens de consumo duráveis e não duráveis. O lema era: “desenvolver 50 anos em 5”.

As notícias de economia neste cenário, entretanto, eram muito específicas e diziam respeito ao comércio ou a dinâmica do café no país. Um público muito limitado as consumia e, além disso, dentro dos jornais diários, elas tinham um espaço muito pequeno. Ficava a cargo dos jornais nomeados como *Jornais do Comércio* noticiar com um pouco mais de espaço os assuntos da área da indústria e comércio.

Mas ainda assim, nota-se que não houve um anseio desses jornais em acompanhar as inovações desenvolvimentistas da década de 1950. O conservadorismo editorial e tecnológico não permitiram que as transformações políticas e econômicas da época alavancassem também esse tipo de Jornalismo (QUINTÃO, 1987). Por isso, a tendência foi o desaparecimento de alguns desses veículos.

Embora, os registros econômicos no Jornalismo nos conduza para os *Jornais de Comércio* nacionais, anos antes, grandes jornais impressos se aproximavam das pautas de economia inserindo nas redações colunistas e repórteres estrangeiros, alguns, inclusive, desembarcavam no Brasil para se afastar da perseguição nazista durante a “Segunda Guerra Mundial” como foi o caso de Frederico Heller que ganhou o cargo de articulista econômico no jornal *O Estado de São Paulo*. Ao lado dele estiveram escrevendo sobre economia os franceses Giles Lapouge e Roberto Appy a convite do dono do jornal, Júlio de Mesquita Filho. Mesmo sem falar português e tendo os textos traduzidos, o conteúdo produzido por esse time de especialistas motivou o jornal a lançaram um *Suplemento Comercial e Industrial* de cunho econômico em 12 páginas, além de publicarem matérias das agências de notícias.

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 de economia [...]. (QUINTÃO, 1987, p. 51).

Nessa mesma época, como ressalta Quintão, o jornal *Folha de São Paulo* também formou uma equipe de jornalistas para analisar os fatos que diziam respeito à economia. O Jornalismo Econômico dessa época é marcado pelo colunismo com o viés bem mais analítico do que noticioso, além de ocupar um espaço pequeno nos veículos impressos, contando com profissionais que não eram brasileiros nesta prática profissional.

A partir de 1955, com o fortalecimento da indústria e o destaque das ocorrências econômicas no país, característica marcante do governo de JK, as páginas dos jornais passam a incluir as seções de economia e negócios. Surgem os primeiros cadernos de economia e aqueles já criados – como o *Suplemento Comercial e Industrial* se mantêm. Em 1955, o jornal *O Estado de S. Paulo* inaugura também o *Suplemento Agrícola*, semanal, com 16 páginas. Enquanto isso, aqueles veículos que não conseguiram criar ainda cadernos ou suplementos específicos em economia, mantêm colunistas sobre o assunto para tal função.

Contudo, a organização das notícias de economia nos cadernos específicos, bem como as práticas exercidas por aqueles que escreviam eram muito confusas nesta época. Isso porque, além de muitos não jornalistas escreverem sobre o assunto, deixando de lado a imparcialidade ideal, as notícias não tinham também uma regularidade ao serem publicadas. Reside nesta linhagem do Jornalismo Econômico, a presença – ainda hoje evidente – de profissionais não instruídos na área que, por sua vez, não dominavam as práticas da profissão e não tinham conhecimento dos critérios de noticiabilidade que dão corpo à notícia.

Além disso, os assuntos à época pautavam bem mais a indústria, os portos e a agricultura. “Não há ainda cobertura regular da Bolsa de Valores, nem do incipiente mercado de capitais”. (QUINTÃO, 1987, p. 56). Outro aspecto dessa cobertura analítica é a linguagem marcada por jargões herdados da política e pouco articulados para uma didática mais clara e precisa. O Jornalismo Econômico, contraditoriamente, é um segmento da especialização que ascende neste período sem se preocupar justamente com a especialização de seus repórteres e com as características essenciais para compreensão de seu texto noticioso.

Se a reorganização do capitalismo foi crucial para que o Jornalismo Econômico se desenvolvesse ao final dos anos 1940 e ao longo dos anos 1950, com o período da ditadura militar, de 1964 a 1984, isso não foi diferente. Ambos os períodos foram de abertura ao capital

estrangeiro, com a diferença entre seus níveis de desenvolvimento econômico e seus sistemas de governo: enquanto no primeiro momento o sistema político contava com a participação popular, no segundo, o totalitarismo a excluiu.

Porém, foi justamente na fase ditatorial da história brasileira que o Jornalismo Econômico adquiriu uma importância e fez feitos mais notórios dentro das redações, porque havia um interesse de órgãos oficiais do governo em promover as ocorrências econômicas do Brasil como prova de que o sistema regido pelos militares era capaz de impulsar a economia brasileira de tal modo a manter o “progresso”. E isso não aconteceu de forma a garantir a liberdade de expressão. Pelo contrário.

Em 1964, a cobertura de política feita pelos jornais – tão marcante na história do Jornalismo brasileiro – diminuiu devido à coação feita pelos militares. Jornalistas passaram a ser perseguidos pelo que escreviam e pelo que representavam socialmente. Em 1968, durante o governo do general Costa e Silva, o decreto do Ato Institucional Número 5 (AI-5), cerceou drasticamente a liberdade de expressão e anulou alguns direitos constitucionais. Entre as medidas destaca-se; o amplo poder ao Presidente da República para intervir nos estados e municípios sem respeitar a Constituição; a proibição de manifestações populares de cunho político e a censura prévia para jornais, revistas, livros, peças de teatro e músicas.

Com a censura atenta à cobertura política realizada pelos jornais, o espaço se minimiza e, com isso, os postos de trabalho para jornalistas nessa área também. Resta aos jornais a opção de noticiar o que o governo desejava que fosse público e um dos períodos que correspondia a esse anseio ditatorial ficou conhecido como “Milagre brasileiro”.

A partir dos anos 1970, o governo prometeu uma fase de crescimento econômico extraordinária, representada, a princípio, por uma baixa inflação, a internacionalização da economia brasileira, o estímulo ao consumo, liberação de crédito que, anos mais tarde seriam, conjuntamente, responsáveis pelo endividamento do setor público brasileiro revelando que a prosperidade do período e progresso prometido não foram alcançados com tanto êxito assim.

Ao ser decretado o AI-5, a expectativa do governo em ver pautados os seus feitos econômicos se concretizam. O Jornalismo Econômico adquire, de certo modo, um protagonismo em detrimento da cobertura política que era muito mais censurada que os outros segmentos. Mas ele teve que se ajustar, uma vez que a ausência de especialização na área comprometia a qualidade das notícias que, agora, passariam a ter a regularidade não identificada em anos anteriores. A especialização fez-se necessária.

Com o crescimento da editoria de economia, os repórteres passaram a se debruçar nas pautas econômicas de maneira distinta àquela dos anos 1950. Como elucida Suely Caldas

(2003), havia repórteres que cobriam apenas a Petrobrás, outros que eram responsáveis pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), e, ainda, aqueles que se comprometiam apenas com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), órgãos importantes para a compreensão da conjuntura econômica nacional.

Em 1967, a especialização em economia se destacou pelo seu protagonismo no impresso. Nesse ano, surge a revista *Exame*, a primeira revista nacional de sucesso idealizada para falar de economia, antes produzida como encarte para revistas do próprio Grupo Abril, entre elas a revista *Veja*.

Mais tarde, em 1975, o já existente jornal *Gazeta Mercantil* se reorganiza e passa a publicar suas notícias em editorias que tratassem da economia na indústria, agricultura e negócios. Foi o primeiro jornal econômico que obteve êxito e reconhecimento nacional ao entrar em circulação. No ano de 2009, o *GM* suspendeu sua produção, mas em 2016 a marca foi comprada por um grupo de empresários que lançou um portal com intuito de dialogar com executivos e líderes de governo. A revista *Exame*, no entanto, se mantém no mercado desde 1967 – e se tornou a representante entre as revistas de economia nacionais.

Como mencionado, outro aspecto relevante para essa amplitude do Jornalismo Econômico reside na infrequente censura a esse segmento quando comparado à cobertura política. As editorias econômicas se organizam para pautarem o que o governo permitia. Como explica Sidnei Basile:

A imprensa, duramente atingida pela censura, tinha, no entanto, condições de cobrir as transformações econômicas que, para o bem ou para o mal, iam mudando a face do Brasil. Em uma fase de expansão, nos anos, 1970 cunhou-se a expressão “milagre brasileiro”, para o que aqui ocorria, e isso era permitido cobrir”. A imprensa decidiu explicar. (BASILE, 2012, p. 98).

Escolher noticiar o “Milagre brasileiro”, como afirma Basile, foi uma forma de resistir ao regime, pois quaisquer que fossem as resultantes da atuação militar, elas viriam a público. De fato, não demorou para que as notícias negativas surgissem: as reportagens sobre o endividamento do período, principalmente após a crise do Petróleo em 1974, desmascaram a inviabilidade daquele tipo de governo para o Brasil. Essa especialização com que se comprometeram os veículos no período a que Basile se refere no trecho anterior, não foi consolidada de forma acessível a diferentes camadas sociais, uma vez que a dificuldade em traduzir as informações emitidas pelos órgãos oficiais era um desafio diário para os próprios jornalistas.

O problema da interpretação não tão clara dos fatos era resolvido com a reprodução da linguagem usada por profissionais firmemente instruídos em economia ou pelo uso de índices e taxas tais como eram descritos em relatórios dos órgãos governamentais. Esse aspecto não foi superado ao longo do tempo pelo Jornalismo Econômico, porque esta prática – de acessibilizar a notícia – está intimamente ligada aos princípios do Jornalismo que determinam ao profissional reportar, analisar e transmitir. Escasseia-se a iniciativa de usar uma linguagem compreensível a diferentes segmentos sociais pouco ou muito instruídos, sem infringir os conceitos típicos da economia, mas com isso nem todo mundo compreendia a mensagem de forma clara e fácil.

Bernardo Kucinsky problematiza ainda a existência de dois tipos de públicos distintos para os quais o Jornalismo Econômico se dirige: um composto por grandes empresários e profissionais do mercado e outro em que o grande público e os pequenos empresários estão inseridos. O autor constata que a linguagem não contempla esses dois públicos de forma igualitária, o último público se sente “permanentemente agredidos pela linguagem técnica inevitavelmente usado no Jornalismo Econômico” (KUCINSKY, 2000, p. 168).

Quando o meio é a internet, onde o Jornalismo Econômico online se difunde, isso pode também não ser diferente, já que alguns aspectos do Jornalismo Digital associados aos conflitos de interesse entre Jornalismo e mídia podem comprometer as notícias que deveriam ser claras e menos técnicas, compreensíveis a qualquer cidadão que se interesse, ainda que minimamente, pelo assunto.

Diante do problema da linguagem em economia, a objetividade como um princípio de adesão à honestidade intelectual se materializa por meio de um conjunto de atributos de fundo e de estilo (KUCINSKY, 2000). O autor se refere a esses atributos como critérios que colaboram para maior clareza da notícia. Entre eles, destacam-se a importância social do tema, a hierarquização apropriada dos fatos, a boa contextualização, além da distinção, quando necessário entre opinião e informação. Enquanto isso, os atributos de estilo se referem à clareza, simplicidade, concisão e precisão. No Jornalismo Econômico ambos são pertinentes por colaborar com um texto expressivo, com uma narrativa que flui de maneira natural, sem que o leitor tenha dificuldade com o que lê.

Entretanto, é a compreensão do jornalista sobre o fato que determina os atributos. Ao reportar, o profissional deve ter o compromisso em articular os acontecimentos com clareza, entendê-los primeiramente, para que consiga transmiti-los com nitidez. Mas há um vício no Jornalismo Econômico a que autores como Kucinsky (2000) e Basile (2012) denominam como “economês”. Trata-se de uma linguagem marcada por jargões, conceitos do universo da

economia e índices que dialogam apenas a um grupo que consome essas notícias. Durante o período militar, fase em que o Jornalismo Econômico teve ascensão, isso não foi diferente.

Embora não fosse natural compreender com fluidez as notícias de economia, o exercício constante em cobrir os fatos contribuiu para que os repórteres se aperfeiçoassem e identificassem a necessidade de contemplar outros públicos a partir de diferentes segmentos da economia.

É importante ressaltar que a ciência econômica possui dois ramos ou segmentos abrangentes denominados macroeconomia e microeconomia. A macroeconomia estuda o comportamento da economia de um país de forma mais ampla, preocupando-se com o protagonismo de agentes econômicos como um todo, considerando suas alterações e impactos para o cenário geral. A macroeconomia analisa o funcionamento abrangente de cinco mercados: o mercado de bens e serviços; o mercado de trabalho; o mercado monetário; o mercado de títulos e o mercado de divisas.

Já a microeconomia se atenta ao comportamento dos agentes que influenciam o cenário com o qual se preocupa a macroeconomia. O ramo microeconômico investiga a atuação e interação de empresas, famílias e trabalhadores nas suas dinâmicas de produção, preço e consumo. E foi essa última dinâmica econômica que interessou aos jornalistas, no início da década de 1970 quando quiseram contemplar aqueles outros públicos

A economia popular, por exemplo, eleva-se nesta época e as notícias sobre o consumo, preço dos alimentos e serviços em geral ganharam a atenção de setores sociais populares pouco instruídos e incentivados a compreender o cenário econômico da época. Identifica-se nessas circunstâncias um Jornalismo Econômico potencializado pelos agentes de um cenário ditatorial, no entanto, capaz ao mesmo tempo de se fragmentar para atender à compreensão de públicos que nem eram tão próximos da cobertura econômica assim.

Ao contemplar o consumo, a alta dos preços, o planejamento econômico familiar, o Jornalismo Econômico coloca em cena o Jornalismo de serviços que se distingue dos demais ramos do Jornalismo Econômico por se importar, durante a apuração, com o homem como objeto de preocupação jornalística. O Jornalismo de serviços em economia se contrapõe à coberturas sobre o mercado financeiro, sobre a bolsa de valores e sobre as instituições financeiras para tratar do cidadão com temas mais propícios a atingirem diferentes segmentos sociais, não só aqueles favorecidos economicamente.

Como destaca Paula Puliti em seu artigo “História do Jornalismo Econômico no Brasil: do café ao tempo real”, a partir dos anos 1970 a notícia econômica ganha um perfil de atender mais ao consumidor a fim de ajudar nas dúvidas sobre aplicações financeiras. Um dos jornais

que contribuiu para isso foi o *Jornal da Tarde*. “Foram criadas, 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” (PULITI, 2014, p. 6).

Há ainda uma reflexão de Kucinsky (2000) que contrapõe o Jornalismo diário a que ele chama de genérico com o Jornalismo Econômico. Para ele, no Jornalismo diário leva-se em conta, com muito mais ênfase, os princípios referenciais para a cobertura. Alguns desses princípios citados no início deste estudo como critérios de noticiabilidade. No entanto, o Jornalismo especializado em economia centraliza-se muito mais nos mecanismos de produção e no processo geral de acumulação (KUCINSKY, 2000). Dessa forma, o objeto importante durante a cobertura, torna-se, primeiro, a lógica de produção de lucros e não o homem cidadão que encontra naquela informação, a priori, sua única fonte e meio para compreensão do contexto econômico com o qual se atenta. A oposição entre Jornalismo Econômico e o Jornalismo atento à cidadania reside nesse tratamento noticioso que privilegia o mercado em detrimento dos agentes que nele atuam.

Com o fim da ditadura militar e início do processo de redemocratização do Brasil, o Jornalismo Econômico encontra-se mais maduro, mais experiente com um espaço de atuação ampliado e mais disposto à especialização. Isso porque, os acontecimentos no campo político e econômico incentivaram o Jornalismo Econômico a se especializar no mercado financeiro, em negócios e na própria economia pública.

Um desses acontecimentos emblemáticos ao final dos anos 1980 e início dos anos 1990 foi o confisco das poupanças feito pelo então presidente Fernando Collor de Mello em 16 de março de 1990, logo após tomar posse. Collor anunciou um pacote radical de medidas econômicas que incluía o congelamento das poupanças dos brasileiros. O resultado? Um caos generalizado ilustrado pelas intermináveis filas em bancos, enquanto as agências bancárias, por sua vez, não tinham o dinheiro suficiente para atender aos saques dos clientes e as demais aplicações financeiras que os interessavam. A medida de Collor pretendia diminuir a quantidade de dinheiro em circulação na economia para inibir o consumo e, consequentemente, reduzir as taxas de inflação insofismáveis.

Com a tendência do Jornalismo Econômico de serviços que já vinha crescendo ao longo da década de 1980, os ocorridos desse aspecto – como o do confisco das poupanças – ganharam ainda mais atenção da imprensa econômica. Houve maior empenho nas notícias que tinham como objeto de apuração as finanças pessoais do cidadão.

Como destaca Suely Caldas “o consumidor não conseguia entender a confusão e desconhecia como se defender dela” (CALDAS, 2003, p. 55). Dessa forma, os jornalistas

econômicos se atentaram para as pautas de orçamento doméstico, em que pudessem explicar como a inflação afetava os valores do aluguel, dos salários, dos alimentos, dos remédios, por exemplo.

Ela descreve que ao longo dos anos 1980, a coluna de serviços de Celso Ming que tinha o título “Confira seu dinheiro”, no *Jornal da Tarde*, fez muito sucesso. Nela o leitor encontrava informações precisas para organizar o seu orçamento mensal que se relacionava com os juros, o emprego, a prestação da casa própria, o vestuário, o gás, a luz, o telefone, a aposentadoria, o crédito, o dólar, a gasolina, a escola das crianças e com a caderneta de poupança.

As vendas do jornal às segundas-feiras, dia da semana em que a coluna era escrita, explodiram e pouco a pouco a coluna se tornou um caderno. Muitos jornalistas conseguiram internalizar as inquietações e o descontentamento do público construindo uma cobertura econômica de excelência. Os jornais diários inauguravam seções exclusivas para atender a necessidade dos cidadãos em sua maioria.

Contudo, na década de 1990, com alcance de uma melhor estabilidade econômica – obtida com a aplicação do Plano Real – Caldas destaca que as colunas do gênero perderam muito de sua força original (CALDAS, 2003). Algo mudou. A síntese dos modelos econômicos a seguir a partir do governo Collor auxilia, então, na compreensão dos novos rumos que tomou o Jornalismo Econômico a partir deste período.

3 A TRAJETÓRIA ECONÔMICA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Este estudo considera o contexto da recessão econômica pela qual o Brasil passou entre os anos de 2015 e 2016 para tatear o objeto de análise da presente pesquisa. Estudar este cenário, compete, para tanto, investigar a aplicação de modelos econômicos adotados no país, a partir dos anos 1990, e verificar sua influência sob o Jornalismo Econômico.

Com o fim da ditadura militar em 1984 e a grave crise econômica ao longo dos anos 1980, entra em colapso o Estado Desenvolvimentista, inaugurado nos anos 1930, fortemente impulsionado nos anos 1950 e mantido durante todo o período da ditadura. Segundo Porto (2009), esse modelo se rompe no final do governo do presidente José Sarney porque ocorrem a completa erosão da autoridade governamental e a hiperinflação.

A autora ressalta que a combinação dos dois acontecimentos resultou em um “processo caracterizado por uma profunda instabilidade política, exigindo, por sua vez, uma mudança radical da perspectiva político-econômica e social até então adotada. (PORTO, 2009, p.4). Em 1990, o modelo neoliberal se apresenta na conjuntura democrática como necessário para desvincular o Estado dessa falência, além do mais, na época, esse modelo adquiria importância mundial¹ que o fazia se destacar sobre os demais.

A adesão aproxima, então, o Estado e iniciativa privada com o intuito de promover uma modernização na esfera pública. O modelo econômico neoliberal é associado ao ressurgimento das ideias liberais clássicas que defendem a liberalização econômica na sociedade representada pelo livre comércio, pela desregulamentação e pelas privatizações com diminuição do papel do Estado. Além disso, há a abertura para as importações e mais estímulo para investimento do capital estrangeiro a fim de atrair multinacionais, erradicar a criação de empresas estatais e dos programas sociais também.

Recentemente, o modelo tem recebido duras críticas por sua execução provocar o aumento de disparidades que inviabilizam um crescimento econômico com êxito. Mas quando foi inaugurado no governo de Fernando Collor de Mello era um modelo associado ao fim das altas taxas de inflação e à ideia de estabilidade econômica como sinônimo de crescimento do país.

¹ O modelo neoliberal foi estimulado mundialmente para ser aplicado ao longo dos anos 1990 em vários países em desenvolvimento. A partir de um encontro em 1989 em Washington, nos EUA, que ficou conhecido como *Consenso de Washington*, instituições financeiras mundiais como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial apresentaram o modelo neoliberal, inclusive, como pré-requisito para concessão de empréstimos e acordos econômicos. Havia uma influência muito grande para que o modelo fosse a base econômica governamental de muitas nações.

Inclusive, como reforça Kucinsky (2000), o predomínio da ideologia neoliberal levou a uma ideologização da cobertura macroeconômica – nas próprias palavras do autor – e expandiu o Jornalismo de negócios, preocupado com a dinâmica de empresas e criando um espaço a ser ocupado bem mais por economistas do que por jornalistas (KUCINSKY, 2000).

O compromisso do governo neoliberal de Collor, além de tentar combater a alta inflação, era diminuir os gastos do governo com o discurso de que o Brasil caminharia para a posição de país de primeiro mundo, algo que provocou um desmonte das políticas sociais que vinham sendo visualizadas desde o fim dos anos 1980, principalmente por causa das greves sindicais que eclodiam no país.

No governo Collor, as medidas econômicas elaboradas pela ministra Zélia Cardoso de Mello foram ao encontro da abertura de importações e a modernização das indústrias. Em entrevista à época para a revista *IstoÉ*², Zélia afirmava que as privatizações seriam feitas transferindo ações para os próprios funcionários das empresas e que seria dado fim aos “estrangulamentos” nas áreas de energia, transportes e comunicação pelos quais o Estado passava.

A privatização deveria ocorrer primeiro naquelas empresas que eram privadas – mas passaram a ser administradas pelo Estado – e, em seguida, nas empresas estatais que não teriam mais sentido de estarem nas mãos do Estado, por provocarem o endividamento da máquina estatal. Para Porto (2009), as medidas ao longo do governo Collor não impulsionaram o “desenvolvimento econômico, nem tampouco produziram bem-estar social à maioria da população” (PORTO, 2009, p.6)

Com o surgimento do modelo neoliberal, o Jornalismo Econômico foi pilar fundamental para aproximar o grande público – sobretudo a classe média – dos benefícios do sistema e, paralelamente a isso, tornou-se a área do Jornalismo que emblematicava as novas oportunidades econômicas.

Foi decisivo o Jornalismo como linha auxiliar na campanha neoliberal dos anos 90 pelo desmonte do Estado socialdemocrata, na sedução dos jovens ao ideal do sucesso pessoal, na disseminação da nova utopia das classes médias: a de possuir o próprio negócio. (KUCINSKY, 2000, p. 14)

² Entrevista concedida à revista *IstoÉ*. Disponível em:
<http://istoe.com.br/385051_UM+PACOTE+NO+PRIMEIRO+DIA/>

Como elucida Kucinsky na menção anterior, a campanha neoliberal esteve bastante alinhada com a comunicação da imprensa para que as notícias reproduzissem as novas políticas econômicas em evidência. Nesse sentido, houve um forte crescimento de fontes não apenas do poder Executivo, mas também do setor privado. Os banqueiros ganharam mais espaço, ao lado de analistas e administradores do mercado financeiro, além de consultores de negócios.

Dando continuidade a essa trajetória neoliberal, Itamar Franco assume como presidente interino em outubro de 1992 e em dezembro do mesmo ano toma o cargo definitivamente. Após a renúncia de Fernando Collor de Mello o governo de Itamar continua a tarefa de combater a inflação e reorganizar as contas públicas, promessas que se estendiam desde o governo de Sarney.

Com Itamar no poder, elementos do neoliberalismo estiveram presentes em sua gestão, uma vez que, manteve-se as políticas fiscais do governo Collor, limitando os gastos com o funcionalismo público e cortando verba com os ministérios. Os bancos estaduais foram coibidos de emprestar dinheiro aos estados, enquanto o Banco Central e o Tesouro Nacional também deveriam seguir nessa mesma linha (SILVEIRA, 2009). Destaca-se ainda nesse período a aceleração das privatizações com a justificativa de que o Estado pudesse se desvincular de setores que geravam muitos gastos. Entre eles estavam o setor petroquímico, siderúrgico e o de transportes.

Em 1994, mais uma medida que visava à reforma econômica do Brasil destinada a promover a estabilidade entrou em vigor: o famoso Plano Real. Elaborado por uma equipe de economistas e profissionais envolvidos com a área, congregou pessoas notoriamente conhecidas como André Lara Rezende e Pêrsio Arida. A coordenação dessa equipe coube ao então ministro da fazenda, Fernando Henrique Cardoso. O plano propunha os ajustes na inflação e o controle do poder de compra dos consumidores.

Uma das mais importantes mudanças que o plano propôs foi a alteração da moeda vigente, o cruzeiro real para o real. A nova moeda criada tinha regime cambial fixo em relação a um conjunto de moedas liderado pelo dólar dos Estados Unidos com aproximadamente o mesmo valor que este último. Isto significava que o real tinha um teto e um piso previamente definido para que o valor da moeda flutuasse. A ideia era a moeda brasileira ser análoga ao dólar americano, na proporção de 1 dólar ser equivalente a 1 real e, dessa forma, ser uma moeda desindexada dos índices de inflação que acometera o país nos últimos anos. Assim se pretendia ganhar a tão desejada estabilidade e ficar livres do fantasma da inflação.

As metas do Plano Real – que exemplifica a política econômica ortodoxa³ – incluíam ainda a redução dos gastos públicos e o aumento da arrecadação de impostos; o aumento dos juros a fim de reduzir o consumo e controle cambial com intuito de estimular a importação e aumentar a concorrência interna com preços mais controlados e com menos oscilação em relação aos governos anteriores.

Foi durante o breve governo de Itamar Franco que o Brasil aumentou um pouco mais sua atuação no cenário da globalização e abriu portas para outras medidas neoliberais que viriam a ser ainda mais evidentes nos governos seguintes, sobretudo, no de Fernando Henrique Cardoso que, popular na elaboração do Plano Real, conseguiu se eleger como presidente do Brasil ainda em 1994.

Como ressalta Puliti (2013), o Plano Real teve o conhecido sucesso, porque houve um grande esforço de comunicação no período. Paula escreve que ocorreu inclusive a contratação de uma jornalista no assunto – Maria Clara R.M. do Prado para que o Real fosse divulgado à imprensa e à população para não causar mais confusão ou desconfiança em relação à sua implantação (PULITI, 2013).

O momento da política brasileira exigia não só a transparência das medidas econômicas de estabilização para que o público não desconfiasse de sua potencialidade, como também a solidificação do modelo econômico neoliberal. O artigo de Puliti explica que:

Não podia haver risco de desconfiança nem tropeços, já que o Real também garantiria a consolidação do poder de um modelo econômico sintonizado com a globalização e a modernidade, condições que o PSDB, partido do então ministro da Fazenda, considerava fundamentais para tirar o país do atraso e se beneficiar da avalanche de recursos financeiros que buscava o lucro. (PRADO, 2005 apud PULITI, 2013, p.47)

Fernando Henrique, mais tarde, deixou a equipe econômica do Plano Real para se candidatar à presidência. Ganhou duas eleições. Seu primeiro mandato, de 1995 a 1998 foi marcado pelo ingresso firme ao neoliberalismo que já dava sinais nos governos anteriores. FHC defendeu a abertura comercial estimulando o país a se inserir na nova economia global e a médio-longo prazo sair da condição de subdesenvolvimento.

³ A economia ortodoxa compreende os pensadores clássicos e neoclássicos da Economia e evidencia o ajuste de mercado de forma livre, com Estado mínimo, dispensando pressões externas. Segundo os ortodoxos, o livre funcionamento de mercado, encaminha a economia da nação para eficiência máxima.

Empossado como presidente em 1995, Fernando Henrique Cardoso começou a governar propondo uma reforma de Estado e, conseqüentemente, uma reforma na Constituição. Além de manter os ideais neoliberais já configurados no governo de Itamar Franco, sobretudo com o Plano Real, A reforma proposta por FHC pretendia rever a Constituição a fim de alterar o monopólio do Estado sobre determinadas áreas, para que a privatização atingisse também empresas que, tradicionalmente na história do país sempre foram responsabilidade do Estado. Entre essas áreas estavam a de telecomunicações, eletricidade e mineração.

O recorde de empresas privatizadas se deu no primeiro mandato de Fernando Henrique. Enquanto Collor privatizou dezoito empresas, Itamar dezesseis, FHC vendeu oitenta empresas tradicionalmente estatais. E foi, justamente neste contexto que o Jornalismo Econômico de negócios ascende em detrimento daquele Jornalismo de serviços que vinha sendo realizado anteriormente pelos jornalistas.

Surgiram muitas revistas e cadernos especializados em negócios voltados para as empresas e para o mercado financeiro a fim de traduzir o novo sistema que chegava ao Brasil e espelhar, por meio do Jornalismo Econômico, quais eram as perspectivas de crescimento, sobretudo aos setores já privilegiados financeiramente.

Entretanto, como defendem alguns autores entre eles Luiz Filgueiras (2006), mesmo com as privatizações a dívida brasileira não deixou de ser interrompida, principalmente porque o Brasil cultivou uma dependência tecnológica e financeira, provocando uma fragilidade na economia que, em 1999, já no segundo mandato de FHC, seria algo sentido com muito mais ênfase por meio da crise cambial.

Desde 1994, a estabilidade dos preços associada à redução das taxas de inflação “sustentada por uma política de sobrevalorização do real” (FILGUEIRAS, 2006, p.196) integrada ainda à abertura comercial da economia brasileira resultou na instabilidade macroeconômica. Algo que, como o autor explica, é a essência do modelo neoliberal:

É de natureza do modelo neoliberal periférico a reiteração permanente dessa vulnerabilidade e fragilidade como condição de reprodução do capital financeiro e, portanto, de sua própria reprodução. Assim, a dinâmica do modelo, é intrinsecamente, instável. (FILGUEIRAS, 2006, p. 196).

Entre outras implicações com essa exposição da economia brasileira à concorrência internacional estão as baixas taxas de crescimento, o mercado de trabalho estagnado, as altas taxas de juros, alta dependência externa que fragilizaram os investimentos do Estado, inclusive em políticas sociais que, por sua vez, tornaram-se ineficientes.

É neste contexto que o Jornalismo em economia pode ser problematizado. Marcado pelas publicações de negócios e pelo surgimento de veículos especializados, o Jornalismo Econômico de serviços perde o protagonismo, algo que Basile ressaltava como preocupante em uma democracia:

Pode parecer que não corremos esse risco, porque afinal estamos em uma sociedade democrática, mas creio que a discussão econômica, quando não leva em conta o impacto que as decisões têm sobre a população, particularmente os mais pobres, é despolitizadora e imobilizadora. (2012, p. 103).

Associando à menção de Basile o contexto econômico estabelecido com o neoliberalismo, encaminha-se para a reflexão de que o Jornalismo Econômico possa, por vezes, ter se desvinculado de preocupações com as quais os fundamentos da profissão se atentam ou ao menos deveriam se atentar. Ao ter uma cena política e econômica que enaltece as grandes instituições e as relações que essas estabelecem com o Estado – como o caso das privatizações, por exemplo – nota-se que o Jornalismo Econômico contempla as novas mudanças, mas seu segmento de serviços ao consumidor perde protagonismo, sobretudo em períodos de crise – como aquela entre os anos de 1999 e 2000 já no fim do segundo mandato de FHC.

Quando Luís Inácio Lula da Silva chegou à presidência em 2002, a situação do Brasil era de intensa recessão espelhando as estratégias neoliberais adotadas durante os dois mandatos do governo de Fernando Henrique. Com um Estado dependente do capital financeiro, em virtude de políticas mencionadas anteriormente, o país ingressa nos anos 2000 endividado, com as relações de trabalho comprometidas e com uma economia desregulamentada.

Nesse mesmo ano, o Brasil chegou a bater o recorde de desemprego no mundo, com um número, aproximadamente de 11,454 milhões⁴ de desempregados, perdendo apenas para a Índia. Mais tarde, cerca de dois anos depois, a taxa de desemprego se aproximou dos 12%, algo que contribuiu com a situação de exclusão de uma parcela da população.

Ao assumir, Lula rompeu com alguns elementos – não todos – que caracterizaram o governo FHC e os governos antecessores. Por isso, seu período de comando ficou marcado pelo sistema econômico pós-neoliberal que teve continuidade no mandato de sua sucessora na presidência, Dilma Rousseff.

⁴ O dado foi divulgado no estudo “Globalização e Desemprego: Breve Balanço da Inserção Brasileira”, da Secretaria de Desenvolvimento, Trabalho e Solidariedade”, da Prefeitura de São Paulo em 2002.

Entre os elementos que definem essa ruptura estão alguns citados por Emir Sader (2013) em “Lula e Dilma: dez anos de governos pós-liberais no Brasil” e que são notórios também em outros sistemas de governo na América Latina. São eles como mostrados a seguir:

Esses governos representam uma reação antineoliberal no marco das grandes recessões que abalaram o continente, nas últimas décadas do século passado, mencionadas anteriormente. Os traços que esses governos têm em comum, que permite agrupá-los na mesma categoria, são: a) priorizam as políticas sociais e não o ajuste fiscal; b) priorizam os processos de integração regional e os intercâmbios Sul-Sul e não os tratados de livre-comércio com os Estados Unidos; c) priorizam o papel do Estado como indutor do crescimento econômico e da distribuição de renda, em vez do Estado mínimo e da centralidade do mercado. (SADER, 2013, p.138).

Dessa forma, como descreve o trecho acima, o governo que se estabelecia a partir de 2002 tinha esses compromissos aliados à estabilidade monetária, ao controle da inflação assim como se comprometeram governos anteriores, além de respeitar o capital financeiro. Ao combinar essa estabilidade com a alavancada da economia, considerando o estímulo às políticas de distribuição de renda (SADER, 2013), Lula prometia um país longe de crises. E isso implicou fazer diferente.

As diferenças estabelecidas pelo governo Lula, em síntese, estão relacionadas à identificação das fraquezas do neoliberalismo. Entretanto, é importante lembrar que isso não incluiu o aniquilamento do modelo econômico. O período “Lulista” inaugurou a heterodoxia⁵ na economia brasileira dando prioridade para as políticas sociais e aos projetos de integração regional, sobretudo com países da América do Sul, sem inclinar-se totalmente aos interesses norte-americanos tais como os modelos econômicos anteriores o fizeram. Lula fundou um modelo econômico-social diferenciado.

Ao longo de seus dois mandatos, o presidente e sua equipe ajustaram o descontrole macroeconômico e reduziram a inflação já nos primeiros anos, entre 2003 e 2005. Para isso, a equipe de Lula elevou a taxa do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia, a Selic, que é a taxa básica de juros da economia do Brasil para títulos federais. Se a Selic aumenta, consequentemente, outras taxas de juros também aumentam.

Com os juros mais altos, em seguida, a equipe promoveu um ajuste fiscal para regular o endividamento da máquina pública, ou seja, procurou gastar menos do que tinha em reserva.

⁵ Economia Heterodoxa é um tipo de economia que se distancia da definição de Economia Ortodoxa, apesar de ser um ramo que ainda possui estudos para sua auto definição, consideramos para este estudo seu viés plural, que aceita a intervenção do Estado diferentemente da economia ortodoxa.

Essas estratégias desaceleraram a economia, fizeram com que a inflação baixasse e depois que a situação já estava mais controlada, a Selic foi caindo aos poucos e o consumo novamente aumentando. “A expansão da economia em 2004 também foi ajudada pela redução da taxa básica de juros iniciada em 2003 e pela expansão do volume de crédito, iniciando o que se tornaria uma marca da política econômica dos últimos dez anos” (BARBOSA, 2013, p.71).

No período de 2003 a 2005, o governo conseguiu então reduzir a inflação e acumular reservas que permitiram quitar uma dívida com o Fundo Monetário Internacional, o FMI e, iniciar assim, uma nova fase mais autônoma na condução de sua política econômica (BARBOSA, 2013).

A fase seguinte, de 2006 a 2010, seria marcada por uma política expansionista. Foi nesta época que o “Programa de Aceleração do Crescimento” (PAC) entrou em execução, já que Lula pretendia aumentar os investimentos em infraestrutura, no setor de energia e também promover uma valorização do salário mínimo. Foi nessa época que o mínimo bateu seu recorde com 14% de aumento. A economia continuou aquecida, visto que a inflação estava com uma meta prevista para 4,5%, o setor agrícola brasileiro teve grande expansão e o preço das *commodities* que o Brasil exportava subiu.

Contudo, os impasses se apresentariam em 2008, com a crise financeira internacional⁶ que também afetou o Brasil. Isso fez com que as ofertas de crédito dos bancos privados diminuíssem e os grupos empresariais exportadores ficassem em alerta. Com a crise, as ações brasileiras tiveram redução, assim como o valor do dólar, algo que deu chance para que o consumo aumentasse. Entre as ações do Brasil frente à recessão mundial estiveram:

- (1) o aumento da liquidez e redução da taxa Selic; (2) a manutenção da rede de proteção social e dos programas de investimentos públicos mesmo em um contexto de queda da receita do governo; (3) as desonerações tributárias temporárias e permanentes; (4) o aumento da oferta de crédito por parte dos bancos públicos; e (5) o aumento do investimento público em habitação. (BARBOSA, 2013, p. 81).

⁶ A crise de 2008 diz respeito a uma recessão de grandes proporções que comprometeu, a princípio, a economia norte americana e, depois, se espalhou pelo mundo. Os Estados Unidos anos antes tiveram gastos com guerras que participaram, como a do Iraque e Afeganistão. Tiveram muitos gastos e, paralelamente a isso, caminhavam com uma economia interna fragilizada em virtude de muitas importações. O governo recorreu aos bancos, realizando empréstimos para pagar as dívidas. Esses por sua vez aumentaram sua política de crédito, com baixas taxas de juros, inclusive para clientes mais vulneráveis que fizeram investimentos, principalmente em imóveis. A alta procura valorizou as compras, mas em determinado momento as taxas de juros voltaram a subir, os clientes não conseguiram quitar suas dívidas e os índices de inadimplência explodiram. O ápice da crise veio com a quebra do banco de crédito *Lehman Brothers*. Sem crédito para emprestar, os Estados Unidos, consequentemente, comprometeram outras economias, inclusive a brasileira.

Em suma, as medidas do governo fizeram com que os brasileiros sentissem pouco os efeitos do choque econômico de 2008. Lula em um momento de recessão utilizou as reservas para financiar as exportações, manteve despesas com transferência de renda e com investimentos públicos, continuou com o aumento do salário mínimo, reduziu o IPI dos automóveis, aumentou as ofertas de empréstimo no Banco do Brasil e na Caixa Econômica Federal, além de lançar o programa habitacional “Minha Casa minha Vida” com a finalidade de dar acesso a moradia à população de baixa renda.

Assim, a economia sinalizou que se recuperaria rapidamente, entretanto, a partir do ano de 2010 alguns efeitos diriam o contrário, já que a inflação voltou a aumentar e, com ela, a taxa básica de juros que indicou a necessidade de adotar algumas medidas mais restritivas no próximo governo. Dilma Rousseff que sucedeu Lula se encarregou desta tarefa.

Eleita presidente do Brasil, Dilma iniciou seu primeiro mandato no ano de 2011. Ela começou a governar dando continuidade à política “Lulista”, no entanto, conteve-se na expansão macroeconômica notória no segundo mandato de Lula. Sem marginalizar as políticas sociais, Dilma – que inaugurou a figura feminina no cargo de Presidência da República por ser a primeira mulher no posto – apresentou o compromisso severo de reduzir as taxas de juros no país, já que o Brasil continuava entre as economias de juros mais altos do mundo.

Desde 2009, a inflação anual apresentava uma tendência a aumentar após a crise financeira internacional que desacelerou as economias do mundo todo. Como essas economias retraíram e frearam inclusive suas importações, mercados como o do Brasil tiveram falta de dinheiro. Com essa ausência de capital, as políticas de crédito foram afetadas, debilitando esse tipo de concessão tanto para empresas como para os consumidores.

Somado à restrição de crédito, após o começo da crise internacional, a alta do dólar sobre o real se apresentou, comprometendo a competitividade das indústrias brasileiras frente ao comércio exterior. “O resultado inevitável dessa combinação foi uma forte apreciação da taxa de câmbio brasileira, que caiu de 2,34 reais por dólar, no final de 2008, para 1,66 real por dólar, no final de 2010” (BARBOSA, 2013, p.84).

Para aquecer a economia diante do problema, o governo agiu. Entre os estímulos às empresas e consumidores neste período destacam-se: a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para automóveis, para a construção civil e para os eletrodomésticos; a diminuição do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF); algumas mudanças na cobrança do Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF), além do estímulo ao crédito, porém, em bancos públicos.

Em virtude da alta inflação ao longo do ano de 2010, o Banco Central do Brasil teve que aumentar a taxa básica de juros para controlar o índice de inflação. Em julho de 2010 a

Selic alcançou, de acordo com dados do documento “Lula e Dilma: 10 anos de governos pós-neoliberais no Brasil”, 10,75% e continuou crescendo até atingir 12,5% em julho de 2011.

O governo brasileiro enxergou a crise mundial como rápida demais. No início de 2011, porém, os efeitos dela continuaram surgindo na economia dos Estados Unidos sobretudo e, consequentemente na de seus mercados. Isso rendeu efeitos negativos ao Brasil de forma redobrada, pois foi danificado o grau de investimento, fazendo com que o Produto Interno Bruto, o PIB, desacelerasse. Essa perda de fôlego está intimamente ligada não só à fuga de investimentos como também à redução de exportações em virtude do cenário mundial em crise.

O que Dilma fez ao se deparar com este cenário foi promover uma série de reformas em seus primeiros anos de mandato. Como mencionada, a redução de juros foi uma das preocupações centrais do governo que, entre 2011 e 2013 assim como elucida André Singer no artigo “Cutucando onças com varas curtas”, foi o período em que:

De campeão mundial de juros, o Brasil passou a ter “níveis considerados baixos”²⁸, compatíveis com os praticados nos centros capitalistas avançados. Para “normalizar” o custo do crédito, o Executivo pressionou os bancos privados a baixarem também os spreads. Em complemento à operação “juros civilizados”, Dilma alterou as regras de remuneração da caderneta de poupança em maio de 2012, de modo a permitir que o BC seguisse na redução da Selic. (SINGER, 2015, p. 5).

A partir dessa reação do governo em pressionar os bancos privados para reduzirem os *spreads*⁷ como elucida o trecho, as taxas de juros foram reduzindo. O governo, então, empenhou-se na tarefa de maximizar alguns programas como o “Plano Brasil Maior” que impulsionava a indústria, além de fortalecer as cadeias produtivas, estimulando a diversidade de tecnologias.

Investiu-se em infraestrutura, na reforma do setor elétrico, na desvalorização do real e no controle da entrada de capital estrangeiro a fim de que não valorizasse a moeda nacional, pois isso poderia se confrontar com a competitividade do mercado interno. Aumentou-se os impostos sobre as importações a fim de que fosse enaltecida as matérias primas nacionais para que, dessa forma, a produção nos limites do território brasileiro pudesse ser estimulada.

As políticas sociais foram potencializadas por meio do combate à pobreza e do acesso ao ensino técnico com o “Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego”

⁷ O *spread* é a diferença entre o que o banco paga para adquirir o valor em dinheiro e o que empresta para seus clientes, sejam eles empresas ou consumidores.

(Pronatec) que também custeava os estudos com auxílio financeiro aos inscritos no programa. Essas foram algumas das medidas que delinearam ainda mais, no primeiro mandato de Dilma, o caráter desenvolvimentista da economia que atribuiu ao governo um comportamento denominado de ativismo estatal (SINGER, 2015).

No entanto, o posicionamento do poder Executivo não agradou a todos, inclusive a quem aderiu às mudanças como era o caso dos bancos privados. Como André Singer ressaltava em seu artigo, Dilma confrontou os interesses dos banqueiros e, conseqüentemente, alterou a configuração do lucro – o impulsionador do sistema a que estão inseridos. Nota-se com essa situação que o modelo pós-neoliberal continuado no governo Dilma passa a sofrer determinada alteração à medida que o Estado se impõe e sinaliza incisivamente sua intervenção, além de fazer duras críticas aos spreads. Nas próprias palavras do Ministro da Fazenda à época, Guido Mantega, os spreads eram “anomalias” que precisavam ser combatidas⁸. O trecho a seguir aponta como uma “ordem” a decisão do Executivo:

A diminuição dos ganhos por parte dos bancos tornava-se ordem, emanada do topo do poder Executivo. Transmitido por funcionário de alta graduação, o recado não poderia ser mais claro: o Estado se arrogava o direito de intervir na quintessência do capitalismo, a saber, o lucro. (SINGER, 2015, p.9).

O enfrentamento produziu efeito e os bancos aderiram à medida. Com taxas de juros menores, a Selic foi sendo reduzida. Havia uma ideia de que a economia brasileira no ano de 2013 estaria em boas condições. Dilma, inclusive anunciou naquele ano a diminuição das contas de energia elétrica em até 18% em residências e 32% para agricultura, indústrias, comércio e serviços. Os brasileiros comemoraram. Mas a ideia de que estava tudo sob controle logo se esvaneceu.

Já no fim do primeiro semestre de 2013, o Banco Central voltou a elevar gradativamente a taxa de juros. A inflação aumentava e não havia controle, uma vez que ocorreu uma diminuição nos investimentos. O PIB em 2012 registou crescimento de 0,9% quando o esperado estava em torno de 2%. Ou seja, o quadro não era animador.

A indústria não apresentava a mesma competitividade vista no governo Lula. O desemprego começa a aparecer e as contradições da presidente também. Uma delas se apresenta ao fim do ano de 2012, em setembro, Dilma fez um pronunciamento advertindo que sabia que havia problemas em iminência, mas que as soluções estavam sendo preparadas. Nesse

⁸ Informação extraída do site do jornal *Folha de São Paulo*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/41014-spread-brasileiro-e-anomalia-diz-mantega.shtml>>

discurso⁹, ela ressalta que o governo faria leilões de portos, aeroportos e rodovias prometendo bilhões de reais entrando na economia brasileira. Além disso, afirma que no mês seguinte seria providenciado o leilão do petróleo e do pré-sal. Essas medidas profundamente contradizem o discurso¹⁰ da presidente, anos antes, durante a campanha eleitoral de 2010.

Em junho de 2013, multidões vão às ruas em protesto. Perfis de grupos distintos mostram suas reivindicações de diferentes aspectos por todo o Brasil. Ainda que as manifestações não sejam detalhadas neste estudo, elas contribuíram para endossar a ideia de que algo não ia bem no país. Delineia-se, assim, não apenas o início de dificuldades econômicas, mas também políticas que iriam se concretizar três anos mais tarde.

Mantendo a estratégia de suprimir a queda das exportações e estimulando o mercado interno, Dilma não se atentou que isso comprometeria o lucro de muitos grupos industriais e empresariais. De fato, os ganhos foram reduzidos e as críticas ao ativismo estatal praticado pela presidente aumentou ao longo de 2014 e 2015.

Dilma desagradou alguns grupos inteiros e seu elo até com parte da burguesia que lhe apoiava foi rompido. Sem apoio e descontraída diante da contradição de seus discursos, reverteu, ao final do ano, o seu modelo político-econômico praticado nos últimos anos a que Singer (2015) avalia como ensaio desenvolvimentista.

A presidente nomeou Joaquim Levy para ocupar o cargo de Ministro da Fazenda em novembro de 2014, substituindo Nelson Barbosa. A partir de então, a tendência a uma inclinação econômica ortodoxa estaria mais em voga. Pode-se dizer que Dilma interrompe um modelo que passava apresentar prejuízos severos ao país. Era hora de reconhecer que algo não ia bem.

Nas eleições em outubro de 2014, Dilma, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), vai ao segundo turno disputando o cargo de Presidente da República com Aécio Neves, candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Tratou-se de uma disputa acirrada, pois além de representarem partidos, tradicionalmente rivais, a diferença no número de votos entre os dois candidatos não foi tão discrepante, pelo contrário: Dilma obteve 54.501.118 milhões de votos, enquanto Aécio 51.041.155. Entretanto, a diferença foi suficiente

⁹ Pronunciamento da presidenta Dilma em 7 de setembro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKWlYyBYI_s>

¹⁰ Promessa de Dilma durante campanhas eleitorais. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=vX8allpFVvo>>

para que Dilma Rousseff fosse reeleita. Ela ganhou em 15 estados brasileiros¹¹, enquanto seu oponente à candidatura da presidência venceu em apenas 11 estados da Federação¹².

Empossada novamente, Dilma deu início ao seu segundo mandato, mas o ano de 2015 não começou bem para a economia. Em fevereiro, a taxa de desemprego subiu para 5,8% de acordo com a Pesquisa Mensal de Emprego¹³ do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em março daquele ano, especificamente no dia internacional da mulher – 08 de março – Dilma faz um pronunciamento com críticas ao noticiário brasileiro, afirmando que se informar por ele era útil, mas nem sempre suficiente, uma vez que “muitas vezes (os noticiários) até nos confundem mais do que nos esclarecem”, nas próprias palavras da presidente. A presidente explica que as conversas dos brasileiros no dia a dia precisam ser complementadas por dados que nem sempre estão ao alcance de todas as pessoas. Ela aproveita e pede atenção ao que tem a dizer.

O discurso admite que o país, naquele momento, estava passando por uma situação diferente de anos anteriores, mas nega a situação de crise de grandes proporções alegando que a nação estaria protegida. Contudo, a ideia de proteção que Dilma defende se contrapõe à vulnerabilidade da economia do país que as taxas de desemprego como mencionado passavam a apresentar já em 2015.

O reconhecimento de que a crise financeira de 2008 ainda espelhava seus efeitos em 2015 surge nesse discurso da presidente, mas com a ressalva de que as medidas de recuperação estavam sendo providenciadas pela equipe de Dilma, com previsão para se tornarem mais manifestas a partir do final do segundo semestre de 2015. Mas no final daquele ano, pelo contrário, a economia brasileira fechou em queda.

De acordo com pesquisa divulgada pelo IBGE em março de 2016, o PIB do ano de 2015 recuou 3,8% em relação ao ano de 2014. Sucessivas quedas vinham caracterizando a economia em estágio de recessão técnica – que é quando algo sinaliza que não vai bem, mas ainda não são tão evidentes os efeitos negativos do possível problema. Ao terminar 2015 e começar 2016, os efeitos, entretanto, passaram a ser mais gritantes. A seguir, na próxima página, a tabela (Figura 1) divulgada pelo instituto de pesquisa ilustra a queda do produto interno bruto sucessivamente até o Brasil atingir o estado de recessão.

¹¹ Dilma Rousseff venceu nos estados: Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Sergipe e Tocantins. A informação foi divulgada pela Agência Brasil. Disponível em: <http://bit.ly/2kCGQme>.

¹² Aécio Neves venceu nos estados: Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Paraná, Rondônia, Roraima, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. A informação foi divulgada pela Agência Brasil. Disponível em: <http://bit.ly/2kCGQme>.

¹³ Dados extraídos da “Pesquisa Mensal de Emprego do ano de 2016”. Disponível em: <http://bit.ly/2kAJyq4>.

Figura 1 - O Produto Interno Bruto (PIB) de 2015 em relação a 2014

TABELA I.1 - Principais resultados do PIB do 4º Trimestre de 2014 ao 4º Trimestre de 2015					
Taxas (%)	2014.IV	2015.I	2015.II	2015.III	2015.IV
Acumulado ao longo do ano / mesmo período do ano anterior < Anexo: Tabela 3 >	0,1	-2,0	-2,5	-3,2	-3,8
Últimos quatro trimestres / quatro trimestres imediatamente anteriores < Anexo: Tabela 4 >	0,1	-1,2	-1,7	-2,5	-3,8
Trimestre / mesmo trimestre do ano anterior < Anexo: Tabela 2 >	-0,7	-2,0	-3,0	-4,5	-5,9
Trimestre / trimestre imediatamente anterior (com ajuste sazonal) < Anexo: Tabela 7 >	0,1	-0,8	-2,1	-1,7	-1,4

Fonte: Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais (IBGE).

A tabela faz parte de uma pesquisa de contas nacionais que apresenta os índices do PIB trimestralmente. Na primeira coluna estão as definições por extenso dos períodos a que se referem as taxas apresentadas nas colunas seguintes. Essas por sua vez, representam cada trimestre daquele ano. Por exemplo, a segunda coluna diz respeito ao quarto trimestre de 2014, a terceira coluna ao primeiro trimestre de 2015, a quarta coluna ao segundo trimestre de 2015 e assim sucessivamente.

Se for consultada a primeira linha da tabela, identifica-se que na última coluna dessa linha há a taxa de -3,8%. Isso quer dizer que desde o último trimestre de 2014 o PIB caiu 3,8%. De acordo com os dados dessa pesquisa, esse índice representa a maior queda do PIB desde 1996. Se for examinada a terceira linha da tabela, olhando para as duas últimas colunas também, identifica-se as taxas de -4,5% no penúltimo trimestre e -5,9% no último trimestre do ano de 2015. Isso significa que entre o penúltimo e último trimestre de 2015 o PIB decresceu -1,4%.

Somado a um produto interno bruto em decréscimo estava o índice de desemprego que de acordo com o IBGE, em fevereiro de 2016, alcançava 8,2% – um ano depois desde que algo não andava bem começou a bater à porta do Brasil. Até a conclusão do presente estudo de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio¹⁴ vinculada ao IBGE também, a taxa de desocupação de setembro a novembro de 2016 atingiu 11,9% o que corresponde a

¹⁴ Pesquisa disponível em

<<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias.html?view=noticia&id=1&idnoticia=3351&busca=1&t=pnad-continua-novembro-taxa-desocupacao-foi-11-9>>.

aproximadamente 12,1 milhões de brasileiros desempregados. O Brasil ingressava em um período de recessão não mais técnica, mas sim, real. André Singer (2015) em seu artigo explica que já havia um grupo “rentista”, contrário ao governo, mas que o governo Dilma só se desestruturava, porque junto a esse grupo foram se juntar:

[...] os importadores, descontentes com a desvalorização do real e as barreiras aos produtos importados, as empreiteiras, descontentes com a “modicidade tarifária”, as “elétricas”, insatisfeitas com a mp 579, os grupos prejudicados com o aumento da competição no setor portuário, os produtores de álcool, pela baixa competitividade do etanol em virtude da opção por segurar o preço e retirar as Contribuições de Intervenção no Direito Econômico (Cide) da gasolina, o agronegócio em geral, desconfiado de que tenderia a ser mais tributado¹³⁶, os setores da indústria automotiva descontentes com as dificuldades de importação, as empresas aéreas insatisfeitas com as novas regras vigentes nos aeroportos, as empresas de celular punidas por falta de investimento, a classe média tradicional irritada com a alta do preço dos serviços, das viagens e dos importados e os industriais afetados pelas políticas pró-trabalho. (SINGER, 2015, p. 25).

O tema crise econômica ascende nos principais veículos de comunicação do país. Não houve pauta de Jornalismo Econômico que não mencionasse a crise uma vez sequer ao dia desde que os indicadores econômicos apontaram que a economia estava decrescendo. É neste momento que os interesses de diferentes grupos convergem, como elucidou Singer no trecho anterior.

Com crescimento baixíssimo, inflação alta, redução da lucratividade das empresas, tudo isso somado às manifestações nas ruas recorrentes a partir de março de 2015, vários rumos para o atual governo de Dilma à época foram apontados, entre eles o impeachment. O controle estatal promovido por Dilma assustou os atuantes do mercado preocupados com o lucro, uma vez que a intervenção estatal adquiria maiores proporções.

O que o governo fez foi abrir mão ao final de 2014 do que vinha praticando. Mas a ideia de que o mandato de Dilma era ineficiente já tinha rompido fronteiras suficientes para que uma mobilização contra suas políticas de governança acontecesse – e o conteúdo divulgado pelos veículos de comunicação foi crucial neste fim. Era a ideia neoliberal batendo à porta de cada grupo que passou a se sentir prejudicado, cobrando a “juros e correções” a imposição de seus interesses de mercado que, na chegada do ano de 2016 seriam, por fim, atendidos ainda que os caminhos à frente, sobretudo na política brasileira, tenham sido tempestuosos.

Com o resgate realizado até aqui da história do neoliberalismo nos sistemas de governo brasileiros das duas últimas décadas – em aspectos especialmente relevantes para este estudo –

é possível subtrair que em virtude desse modelo econômico que emergiu rapidamente, coube ao Jornalismo Econômico desses últimos tempos acompanhar todas as nuances da lógica neoliberal, já que se nota que olhar para a economia do país é olhar também para esse comportamento neo e pós neoliberal aplicado no Brasil. Uma relação evidente no resgate histórico dos governos mencionado nesta pesquisa.

A população ingressa em 2016 ciente ao menos da ideia de que o ano pode ser insatisfatório economicamente e que sua renda, os lucros e os ganhos em geral podem ser prejudicados. Mas ainda no ano anterior, o campo político se tornou outro agravante para esse cenário de incerteza, uma vez que na Câmara dos Deputados se principia um pedido de impeachment da presidente Dilma elaborado pelo jurista Hélio Bicudo e assinado pelos também juristas Miguel Reale Jr. e Janaina Paschoal com o argumento de que Dilma teria cometido crime de responsabilidade.

No documento datado em 16 de setembro de 2015, há um trecho que diz: “a Caixa Econômica Federal utilizou recursos próprios para o pagamento dos benefícios de responsabilidade da União”¹⁵. E isso significava que Dilma teria cometido as chamadas pedaladas fiscais que são procedimentos administrativos entre banco e governo para pagamento de programas governamentais. O que aconteceu foi um repasse de verba do governo insuficiente para pagar o que devia. Como reparo ao que faltou, o banco – no caso a Caixa Econômica Federal – cobriu o valor faltante e aguardou do governo o pagamento sem juros. É uma manobra para aliviar as contas do governo e evitar que as despesas sejam maiores que a receita.

No entanto, o presidente da câmara à época, Eduardo Cunha, optou por realocar o pedido como demanda posterior ao momento de recebimento (a época da chegada do pedido à Câmara foi setembro de 2015), apesar de, ao longo deste mesmo ano, outros pedidos – de grupos ativistas – objetivando o impedimento de Dilma tenham chegado a ele também.

A decisão de Cunha viria só em dezembro de 2015, quando autorizou que o processo de impeachment contra Dilma Rousseff fosse aberto. O cenário brasileiro estava marcado por vários conflitos políticos e escândalos de corrupção envolvendo parlamentares. O próprio Eduardo Cunha vinha sendo inquerido pela Operação Lava Jato, uma das maiores investigações brasileiras contra a corrupção e esquemas de lavagem de dinheiro em empresas públicas e privadas. No mesmo dia que anunciou a abertura do processo de impeachment, a bancada do PT havia anunciado que votaria pela cassação do mandato de Cunha junto ao Conselho de Ética.

¹⁵ Íntegra do pedido de impeachment. Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/a-integra-do-pedido-de-impeachment-de-dilma-apoiado-pela-oposicao/>>

Dilma encarou a decisão com indignação. Mas diante da deliberação de Cunha, o próximo passo foi montar uma comissão especial para analisar a denúncia. Uma vez estruturada, a comissão aprovou em 11 de abril de 2016, por 37 votos a favor contra 27 que o processo deveria, de fato, ser levado adiante. Para essa pesquisa consideram-se as notícias de Jornalismo Econômico de serviços, justamente a partir da data dessa votação. Isso porque, o país, no período, permanece em uma crise econômica e política acentuada a partir de então, agravam e alarmam o cenário. Como foi informado o cidadão consumidor pelo Jornalismo Econômico diante desse contexto? É a questão que se busca responder a partir daqui.

Depois da decisão da comissão especial, na câmara dos deputados foi feita uma votação nominal que determinaria se o impeachment deveria acontecer ou não. Para acontecer, precisaria contar com dois terços dos votos. Foram 367 votos favoráveis ao impeachment e 137 votos contrários. Encaminhado para o Senado Federal, lá ficou determinado que o impeachment iria tramitar. Por meio de votação também (55 votos a 22) ficou instaurado o impedimento de Dilma por 180 dias. Em 12 de maio de 2016, a presidente foi afastada e assumiu interinamente o vice-presidente, Michel Temer.

Nota-se que em um período de um mês, o Brasil passa por uma transformação importante. Até o final de abril a presidente eleita democraticamente ocupava seu posto, ao final de maio isso não era mais possível. A crise econômica e política associada às manifestações civis que vinham ocorrendo, além do andamento da Operação Lava Jato, altera o cenário brasileiro no ano de 2016. Considera-se esse um momento de ápice da conjuntura econômica e um período que carece de informações claras o suficiente para colaborar com a compreensão de quem busca se informar sobre o assunto.

Em agosto daquele ano, após avaliação e decisão do Senado Federal, Dilma Rousseff é afastada definitivamente da Presidência da República por, segundo o julgamento do senado, ter cometido o crime de responsabilidade, negligenciando a lei orçamentária por meio de manobra administrativa, as pedaladas fiscais.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo apresentado fundamenta-se em uma pesquisa descritiva, explicativa e bibliográfica, uma vez que observa a realidade com as publicações das notícias e detalha suas características, além de buscar explicações para causas e consequências da estrutura das publicações. Ao mesmo tempo, recorre a uma bibliografia para formular, acordar ou contestar o conteúdo apresentado. Para coletar o material será utilizada a análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2009). Segundo a autora, a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, p.44).

Neste sentido, pode-se inferir que a análise de conteúdo é um método eficaz para definir a linha editorial, as concepções práticas e técnicas, o tipo de Jornalismo e o conteúdo veiculado nas notícias selecionadas. Os resultados aqui propostos serão obtidos por meio de três etapas apresentadas por Bardin (2009): 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A primeira etapa é a fase de organização que, por meio de intuições, o pesquisador tem como objetivo “tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso de desenvolvimento das operações sucessivas, num pano de análise”. De acordo com Bardin (2009), nesta primeira fase, tem-se como meta definir os documentos que serão usados na análise, as hipóteses que nortearam o trabalho, bem como “a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final”. Sendo assim, “a pré-análise tem como objetivo a organização, embora ela própria seja composta por atividades não estruturadas, abertas, por oposição à exploração sistemática dos documentos” (BARDIN, 2009, p. 121-2).

Após o desenvolvimento da primeira etapa, a segunda é, definitivamente, a fase de aplicação da análise, com base nas decisões tomadas na pré-análise. Como argumenta Bardin (2009), “essa fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2009, p.127).

Por fim, a terceira e última etapa é o momento em que “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos”. De acordo com Bardin (2009),

é nessa etapa que “o analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então, propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetos previstos –, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 2009, p. 127).

Para sustentar a análise levaremos em conta algumas categorias que serão usadas como mecanismo de estudo, sendo elas: *Consumidor*, *Mercado* e *Manifestações* da crise. A análise da categoria *Consumidor* nos permitirá identificar como ele é inserido nas notícias selecionadas assim como ele é abordado pelos sites estudados. Já a categoria *Mercado* pretende avaliar o papel dado pelas matérias escolhidas aos interesses de instituições e empresas, sejam privadas ou públicas. *As Manifestações da Crise* têm como intuito final averiguar como os meios selecionados conceituam e contextualizam a situação vivenciada pelo país nesse momento específico. Cabe ressaltar que essas categorias de análise, junto com a bibliografia estudada permitirá que se consigam os objetivos finais da pesquisa proposta.

Serão coletadas vinte notícias divulgadas pela sessão “Economia” do portal *Exame* e do portal *GI*, entre 11 de abril e 11 de maio de 2016, dez de cada veículo, respectivamente, pertencentes à categoria Jornalismo de serviços. Esse período foi caracterizado pelo aumento da inflação, divulgação de novos índices de desemprego, oscilação dos preços de mercadorias e serviços, além da proximidade com o impeachment da presidente Dilma Rousseff, um cenário enfático de crise.

A observação e coleta ocorreram no prazo de 30 dias e além de pertencerem à categoria Jornalismo Econômico de serviços, houve um empenho na seleção das notícias para que fossem majoritariamente notícias elaboradas dentro das redações de cada portal estudado. Isso porque, muito do conteúdo publicado pelo Jornalismo online é originado da compra de reportagens das chamadas agências de notícia. No entanto, o que se faz com afincos neste estudo é avaliar o conteúdo produzido pelo jornalista que escreve sobre economia vinculado oficialmente aos respectivos portais. A análise se debruça no trabalho do profissional da informação em economia, por isso, durante a seleção das matérias foi dada muita atenção às assinaturas das reportagens para que fossem escolhidas aquelas que tinham o “nome do repórter” daquela equipe ou a expressão “da redação”.

Em síntese, os critérios de seleção foram: reportagens unicamente das seções “Economia” de cada veículo; reportagens sobre economia brasileira; reportagens publicadas no período entre 11 de abril e 11 de maio de 2016, período enfático e importante para a conjuntura econômica e política; reportagens pertencente à categoria Jornalismo Econômico de serviços; reportagens assinadas pelo repórter da equipe ou com a expressão “da redação”.

Os portais escolhidos para análise na pesquisa, *Exame* e *GI*, são veículos populares e reconhecidos pela cobertura econômica. O portal *Exame* é reconhecido, pela especialização e leva a marca da revista impressa *Exame*, publicação brasileira existente desde 1967. Já o portal *GI* é generalista com várias editorias que se dedicam à cobertura local, regional e nacional. Está entre os dez maiores portais¹⁶ de notícias do Brasil e sua cobertura conta com equipes alocadas pelo Brasil inteiro.

Ambos possuem também um público difuso, com leitores de diferentes faixas etárias, não especializados necessariamente em economia, e que se encaixam na categoria consumidor independentemente da posição social que ocupam. Os meses escolhidos para coleta e a duração foram determinados a partir da intensificação da crise econômica nesse período e do fluxo de informações econômicas que poderiam ser úteis à pesquisa.

As notícias da amostra específica serão agrupadas em categorias já definidas anteriormente. Com o agrupamento das reportagens a essas categorias, caminha-se para um diagnóstico que permita entender como os dois meios de comunicação, o especializado e o não especializado tratam o cidadão em seu conteúdo em um período de crise. Dessa forma, atenta-se para verificar se o Jornalismo Econômico executado neste contexto de recessão valida sua informação à compreensão imediata de quem lê.

Ponderando as categorias de análise definidas para este estudo e com intuito de conhecer melhor os hábitos de leitura dos cidadãos consumidores das notícias de economia em veículos exclusivamente online, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa intitulada “Consumo de notícias de economia online em período de crise política e econômica no Brasil” por meio de formulário da plataforma *Google Forms*.

Ao considerar a categoria *Consumidor* buscou-se conhecer por meio da faixa etária, gênero e renda daquele que lê as notícias de cunho econômico. Em seguida, levando em conta *As manifestações da crise*, questiona-se a frequência de leitura antes e durante a intensificação da crise no ano de 2016. A intensificação mencionada aqui faz referência ao período entre os meses de abril e maio de 2016 que é relevante para esta pesquisa, além de averiguar se o conteúdo era esclarecedor ou não para os anseios e dúvidas dos consumidores sobre a recessão. Em menção à categoria *Mercado* pretende-se observar quais eram os veículos online que o

¹⁶ De acordo com a *Alexa*, serviço de informação vinculado à *Amazon*, o site Globo.com é o quarto mais acessado no Brasil. Isso indica que portais como o *GI* podem ser acessados também com essa frequência por meio do site oficial da emissora. A *Alexa* se baseia a partir do comportamento de navegação dos usuários do site e para ranquear o portal, o serviço combina o número de visitantes únicos e as visualizações de página, para, assim, definir os mais visitados. Vale ressaltar que as classificações da *Alexa* sofrem alterações constantes e que em decorrência dessa variação, a posição pode mudar. A data de acesso para este estudo foi feita em 02/02/2017. Disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>

público entrevistado recorreu para se informar ao longo do cenário de crise e se deram destaque às instituições e interesses mercadológicos. Em síntese, o organograma a seguir estrutura os critérios de análise e sua relação com os questionamentos efetuados:

Figura 2 – A relação entre as perguntas da pesquisa e as categorias de análise



Fonte: Elaborado pela autora a partir da definição das categorias de análise.

Após a formulação das questões da pesquisa, a aplicação do formulário para sondagem foi realizada. A divulgação foi online feita por meio das seguintes mídias: *E-mail*; *Facebook*; *Twitter* e Grupos via *WhatsApp*, meios de públicos difusos, assim como aqueles que têm acesso ao conteúdo econômico divulgado pelos portais de notícias analisados.

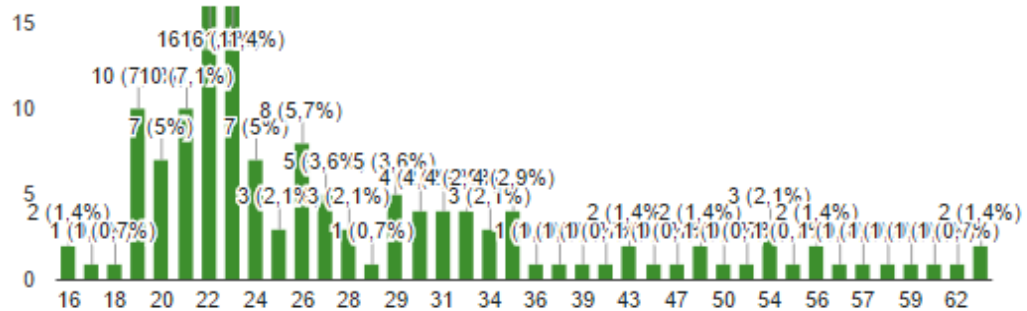
O período de aplicação da sondagem foi de 27 de dezembro de 2016 a 27 de janeiro de 2017 e ela não se restringiu a uma região específica do país, muito embora, a divulgação tenha sido feita na região Sudeste. A pesquisa contou com 140 respondentes.

De maneira geral, os entrevistados incluem-se na faixa etária entre 16 a 65 anos. No entanto, nota-se que grande parte deles se concentra na faixa etária entre 19 e 35 anos, o que revela que o público, predominantemente adulto lê sobre economia. A porcentagem desse público corresponde a 78,5% dos entrevistados. Isso pode ser também explicado por ser um

contingente populacional que busca emprego, portanto é um público sensível às questões econômicas. A seguir o gráfico de faixa etária:

Gráfico 1 - Faixa etária dos respondentes da pesquisa

Qual sua idade? (140 respostas)

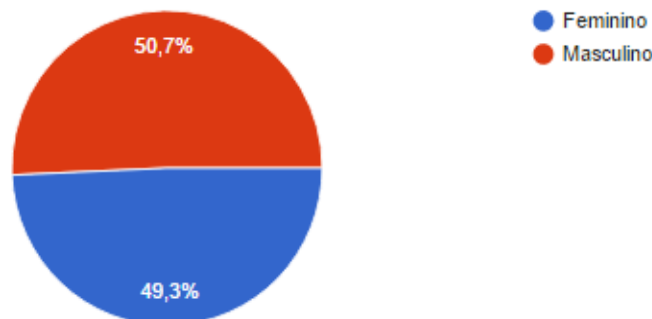


Fonte: Elaborado pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

Do total de respondentes, a maioria pertence ao gênero masculino e a diferença em relação aos respondentes de gênero feminino não é muito grande, já que 50,7% são do sexo masculino e 49,3% do sexo feminino. A partir do gráfico abaixo, nota-se que o nível de interesse pelo assunto econômico se dá, praticamente, de forma similar entre os gêneros.

Gráfico 2 – Gênero dos respondentes da pesquisa

Sexo (140 respostas)

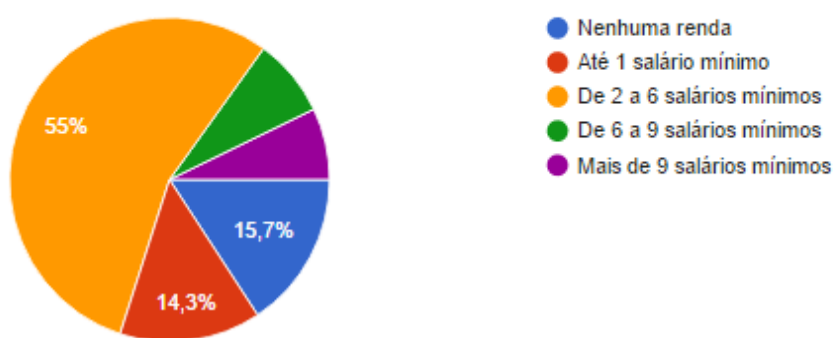


Fonte: Elaborado pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

Sobre a classe econômica dos entrevistados, pode-se concluir que a maioria deles pertence à classe média. Isso porque, aqueles que possuem uma renda de 2 a 6 salários mínimos correspondem a aproximadamente 55% dos entrevistados, a maioria, seguida por 15,7% que apontaram que não tem nenhuma renda e que supera a porcentagem de 14,3% daqueles que ganham até um salário mínimo.

Gráfico 3 – Renda mensal dos entrevistados

Qual sua renda mensal? (140 respostas)



Fonte: Elaborado pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

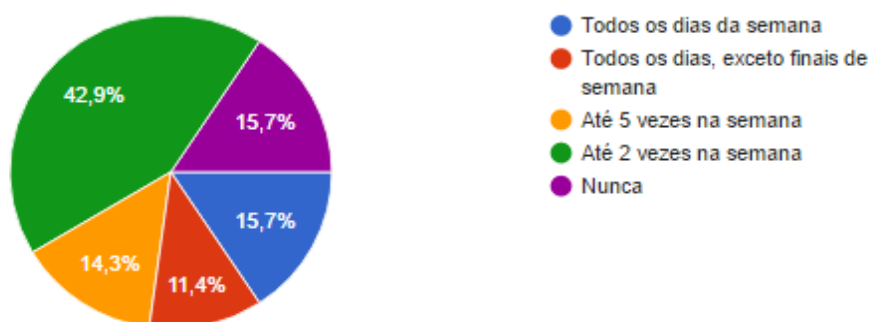
Entre as opções assinaladas nesta questão estão ainda a renda de até um salário mínimo – que abrange 14,3% dos respondentes. Devido à ferramenta do *Google Drive* não estão discriminados na imagem as porcentagens de quem possui renda mensal de 6 a 9 salários mínimos e nem daqueles que possuem mais de 9 salários. Mas vale ressaltar que ao clicar sob a pesquisa, por meio da ferramenta, esses dados são apresentados e eles são, respectivamente, 7,9% e 7,1% dos respondentes. São respondentes, portanto, de classe alta e se interessam por economia. Ainda que a classe média seja a grande consumidora das notícias econômicas, há uma porcentagem significativa de pessoas que não tem renda e se interessam pelo conteúdo.

Questionados sobre como era a frequência de leitura das notícias de economia antes da recessão econômica ascender de maneira mais enfática a ponto dos órgãos oficiais diagnosticarem que o Brasil estava em crise, 42,9% das pessoas responderam que liam sobre economia até duas vezes na semana. Aqueles que nunca liam sobre o assunto representam 15,7% do total, intrigantemente, assim como os que disseram que liam sobre economia todos os dias da semana. Os que liam até cinco vezes eram 14,3%, os que liam todos os dias menos aos finais de semana eram 11,4% dos respondentes.

Tal estimativa apresenta que entre os entrevistados, a editoria de economia não era um segmento do Jornalismo pelo qual se interessavam com frequência antes da crise. Inclusive, a paridade entre quem lia todos os dias e que nunca lia sobre o assunto pode levar para a interpretação de que economia é uma editoria que está muito presente na vida de alguns, enquanto na vida de outros ela praticamente se extingue. A seguir o gráfico revela as porcentagens.

Gráfico 4 – Frequência de leitura antes da crise econômica

Qual era sua frequência de leitura sobre notícias de economia antes da crise econômica e política no Brasil?
(140 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa produzida pela autora por meio da ferramenta Google Formulários.

É interessante também avaliar que uma parcela nunca lia sobre economia aos finais de semana, mas nos dias úteis sim, o que se pode deduzir é que a leitura estava associada ao ambiente de trabalho ou às atividades costumeiramente exercidas durante a semana como ir à escola, faculdade, pagar contas em bancos, entre outros.

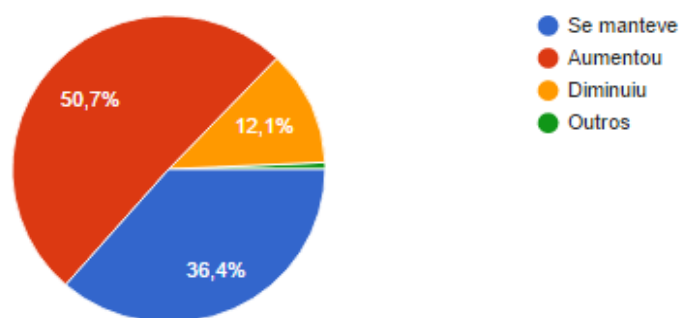
Entretanto, quando questionados como foi a frequência de leitura durante a crise econômica que se configurou no país, muitos responderam que a frequência aumentou. Esse número corresponde a 71 entrevistados que disseram que a frequência de leitura aumentou, número que representa 50,7% dos que responderam ao questionário.

No entanto, uma parcela significativa disse que a leitura se manteve e isso inclui não apenas os que liam sobre economia, mas também os que nunca tinham o hábito de ler. Entre outras estatísticas, o gráfico na página seguinte ilustra também a porcentagens de 12,1% para aqueles que diminuíram a leitura neste período o que revela que mesmo em meio à crise muitas pessoas desistiram de ler sobre o assunto.

Gráfico 5 – Frequência de leitura durante a crise econômica

Essa frequência de leitura sobre notícias de economia durante a crise econômica e política no Brasil:

(140 respostas)



Fonte: Elaborado pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

A opção “Outros” foi colocada na questão caso houvesse respondentes que, uma vez possuidores de uma variação de leitura própria, não se sentissem contemplados pelas alternativas expostas. Apenas um respondente assinalou a opção “outros”, incluindo a justificativa que segue a seguir. Os demais assinalaram as opções cujas porcentagens estão no gráfico.

Figura 3 – Justificativa da opção “Outro” sobre frequência de leitura econômica durante a crise

Essa frequência de leitura sobre notícias de economia durante a crise econômica e política no Brasil: *

☐ Se manteve

☐ Aumentou

☐ Diminuiu

☒ Outro: Segue conforme saem notícias nas redes sociais

Fonte: Elaborado pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

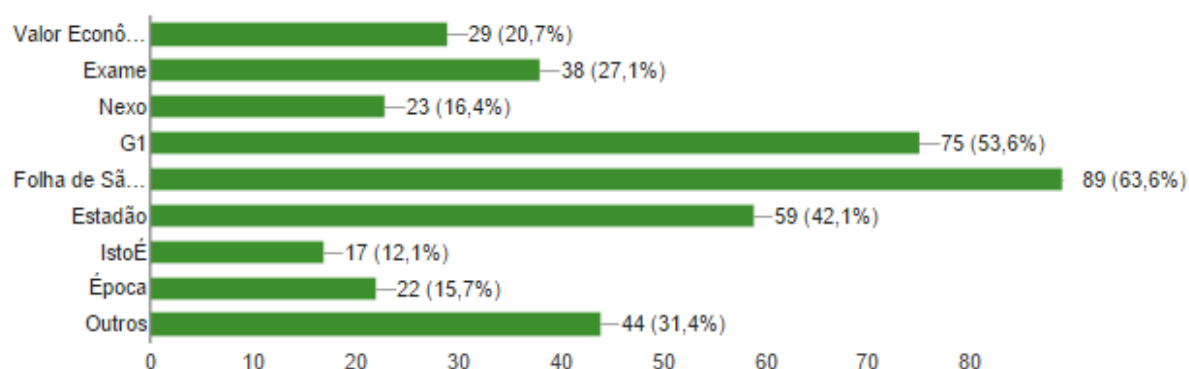
A fim de conhecer quais eram os veículos de comunicação online mais acessados pelos respondentes para se informar sobre o conteúdo econômico durante a crise, foi feito um levantamento dos portais mais acessados pelos internautas brasileiros, incluindo, até mesmo sites de notícia que dão continuidade à tradição impressa de seus veículos como os jornais O

Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, IstoÉ, Época, Valor Econômico. O site *Nexo Jornal* esteve entre os votados, além dos veículos estudados na pesquisa, o portal *G1* e o portal *Exame*.

Gráfico 6 – Veículos de comunicação online usados pelos respondentes para se informar sobre economia

Quais veículos de comunicação online você mais utilizou e utiliza para acessar o conteúdo econômico nacional que diz respeito à crise?

(140 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa produzida pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

Com os resultados obtidos podemos elaborar um ranking em que no topo está o veículo mais acessado e na base o menos acessado. Ressalta-se que as porcentagens de preferência dos respondentes sobre os veículos não especializados se agrupam de maneira a se tornarem próximas. Isso é nítido quando se olha para a porcentagem dos que preferem o portal *G1* – um dos líderes entre os veículos não especializados – mas que perde para a *Folha de São Paulo* por uma diferença ínfima. Apesar de ter a preferência de apenas 27,1% dos entrevistados, o portal *Exame* lidera na pirâmide entre os veículos online especializados em economia e negócios.

Ainda que esses veículos tenham destaque na pesquisa, 31,4% dos entrevistados responderam se informar por outros veículos. Alguns citados conforme registrado no formulário estão: *The Economist*; o portal *UOL*; *Flipboard*; *a Veja*; notícias nas redes sociais; *Carta Capital*; *BBC* e *Bloomberg*.

Figura 4 – Pirâmide de veículos online por ordem de preferência dos respondentes da pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora.

Ao escolher a opção “Outros” e listar esses veículos, a porcentagem de respondentes revela que apesar de terem aumentado o hábito de leitura sobre economia durante a crise, as pessoas têm muitas opções no meio online e sabem se dirigir para os endereços dos quais acreditam que possam se informar sobre o assunto.

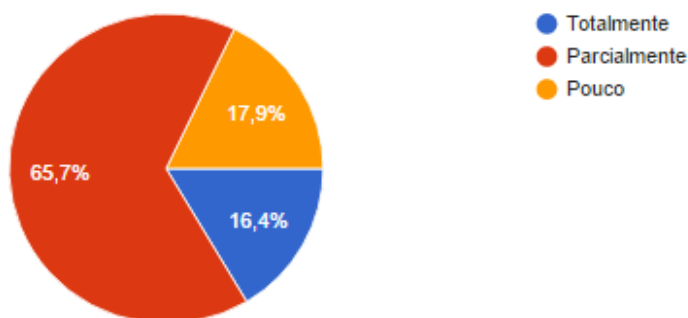
Há um reconhecimento dos veículos capazes de informar sobre economia, mas verifica-se, na pergunta seguinte se esses canais de notícias são capazes de articular a informação de forma clara. Para isso, a última pergunta do formulário pretendia analisar se a leitura das notícias sobre a crise foi eficaz no esclarecimento de dúvidas sobre o período de recessão. No entanto, mais da metade dos entrevistados, precisamente 65,7% responderam que a leitura – apenas parcialmente – esclareceu suas imprecisões.

Como apresenta o gráfico na próxima página, a opção menos escolhida pelos entrevistados foi a opção “totalmente”. Com 16,4% das respostas, a minoria alega que a leitura foi suficiente para entender o contexto de crise. Tal fato acorda, entretanto, com as hipóteses de que a leitura em economia ainda não é esclarecedora satisfatoriamente a ponto de proporcionar ao leitor os dados e informações coesos para interpretação de um fato econômico com êxito.

Gráfico 7 – A eficiência da leitura em economia de acordo com os respondentes da pesquisa.

A leitura serviu para esclarecer suas dúvidas em relação à crise econômica e política?

(140 respostas)



Fonte: Dados da pesquisa produzida pela autora por meio da ferramenta *Google Formulários*.

Outro contraste interessante é que os índices de pessoas que compreenderam as leituras totalmente são praticamente compatíveis com aquelas que entendem pouco, fato que permite deduzir que o conteúdo econômico, por vezes, desembarca no cotidiano de pessoas que muito ou pouco têm facilidade com a interpretação das notícias, mas que se distanciam pelo desnivelamento que acontece ao abarcar as notícias.

Vale destacar um outro aspecto: ainda que 16,4% dizem que a leitura econômica foi esclarecedora, esse número é o mais baixo quando comparado com as outras opções que estiverem como alternativa na questão. Dessa forma, levando em consideração o grupo entrevistado, pode-se concluir que o conteúdo econômico em cenário de crise acaba sendo insuficiente para esclarecer as dúvidas dos leitores online.

Para melhor esclarecimento do processo de produção das notícias que se configuram neste estudo como objeto de análise, foram realizadas entrevistas¹⁷ com os respectivos editores das seções de “Economia” dos portais *Exame* e *G1*. As entrevistas têm por finalidade conhecer a organização das equipes de economia responsáveis pela apuração nos veículos.

Além disso, busca-se detalhar a escolha das pautas, as formas de apuração, a postagem no site, a mensuração e controle dos acessos, além de esmiuçar como os editores analisaram o comportamento dos consumidores das notícias durante o período de crise na economia brasileira, sobretudo o período que se debruça este estudo. A seguir é apresentada a primeira entrevista, com João Pedro Caleiro, editor da seção “Economia” do portal *Exame*.

¹⁷ Entrevista com o editor de Economia do portal *Exame* realizada em 28 de novembro de 2016 por telefone. Entrevista com o editor chefe de economia do portal *G1* realizada em 27 de janeiro de 2017 por telefone.

Gabriele: Como funciona o processo de produção de uma matéria feita pelo repórter da *Exame*? Há uma reunião de pauta ou as matérias vão sendo produzidas em tempo real e publicadas pelo site?

João Pedro: Não, a gente não tem reunião de pauta dentro dos canais. Eu como estou sozinho no meu, eu não tenho. É tudo do meu próprio julgamento e a gente faz tudo em tempo real mesmo. A gente fica com a televisão ligada o tempo inteiro na redação e dependendo do que tiver acontecendo... Claro que tem um planejamento de mais longo prazo para assuntos diferentes. A gente faz um planejamento principalmente mais semanal, porque, por exemplo: quando foi eleito o *Trump* em “Economia” e “Mundo” isso já gerou pautas para as duas semanas seguintes, mas é difícil você planejar algo, além disso. O que eu faço é ficar o tempo todo monitorando tanto a mídia brasileira, quanto a mídia lá fora e também as coisas específicas que não são de mídia, mas são do mundo da economia: tem newsletter, tem blogs de economistas, tem gente que você segue no *Facebook* e que faz comentário sobre isso, para ver um pouco o que está acontecendo e onde pode surgir uma pauta, porque as vezes ela surge na última linha de outra matéria sobre outro assunto. Então, uma coisa vai levando a outra. Um economista faz um comentário e eu penso: “pô, o que ele tá falando?”, vou investigar e surge uma pauta daí, então é uma coisa constante”. As pautas e a produção vão surgindo o tempo inteiro.

Gabriele: Entendi, então uma apuração fora da redação seria incomum na *Exame*?

João Pedro: Não, o que acontece, por exemplo, é que tem eventos. Então, tem eventos de organizações, de faculdades, de fóruns que daí estão sempre chegando e quando é bem interessante a gente vai e aí fazemos matéria de cobertura de eventos. Isso, por exemplo, acontece. E daí, fazemos no dia e publicamos no dia. A gente acaba saindo mais da redação para eventos, porque a entrevista, para ser rápido, acaba sendo por telefone. O que eu faço também é resenha de livro, esse tipo de coisa.

Gabriele: Algo que eu percebi nestas matérias é que existem algumas sim que são um pouco mais longas, mas elas, majoritariamente, são notícias mais curtas, mais rápidas de se ler. Tem algum limite de caracteres que vocês estabelecem para os repórteres na seção de Economia especificamente?

João Pedro: Não, não tem um limite. Isso é mais uma coisa da orientação que a gente sempre teve aqui por ser internet. O tempo de atenção das pessoas é menor, muita gente lê no celular e não é muito confortável ler uma coisa grande, então acaba sendo um pouco por causa disso. O que acontece às vezes se você tem um título forte pela questão da audiência, você às vezes separa uma coisa grande, porque você tem que ter conteúdo todo dia e tem que ter audiência. Então, às vezes, vale mais a pena você separar um detalhe interessante e dar uma desenvolvida, porque se você tiver um título forte, mais pessoas vão ler do que se você deixar aquilo no final de uma matéria. A tendência acaba convergindo para essa fragmentação.

Gabriele: Aproveitando esta questão da audiência, eu queria saber qual é o público alvo que vocês pretendem atingir com as notícias do site, especificamente na seção de “Economia”, tem alguma categoria: talvez por faixa etária, hábito de consumo ou é bem geral?

João Pedro: Como o site você tem que ter uma audiência muito grande, a gente sempre está procurando coisas que tenham interesse geral e que seja um mix de coisas que interesse a diversos públicos alvos. Pelo site ser muito grande e por querer atingir muita gente, não tem assim um “querer falar com esse grupo”, o que a gente vê é que por ser internet acaba puxando para o pessoal mais novo do que a revista. E a linguagem nossa é um pouco mais rápida, mais informal do que a revista e isso também acaba puxando para um público mais novo, mais a gente não trabalha com uma noção de público alvo, a gente trabalha com a ideia de escala, de chamar muita gente, de vários grupos diferentes.

Gabriele: E sobre essa questão da linguagem, é uma linguagem mais leve, sem aqueles jargões específicos da economia no Jornalismo? E existe algum manual para as notícias do site, algo que na hora de revisar o texto, você que é editor olha e fala que determinada palavra terá que ser substituída porque não cabe bem, tem alguma regra para seguir?

João Pedro: Não, não tem manual nem regra. É uma coisa construída com o tempo e que vai surgindo coletivamente por ser nossa orientação. Eu já tive momentos bem no começo que minha chefe sentava do meu lado e falava “troca essa palavra por uma palavra mais simples”, só que é um vício da gente que escreve em economia para escrever para um público muito fechado, então é uma coisa que é trabalhada, não com base em nenhum manual, ou algo muito formal, isso é uma coisa que vai sendo construída exatamente para definir que na dúvida você usa a palavra mais simples, a palavra mais curta, que você tem que ser direto, pegar uma

pessoa que não entende do assunto que não tem tanto contato, que ela vai entender, esse é o conceito do site. Se não, você começa a fechar muito seu círculo e também é isso: se não, você começa a ficar muito no mundo das pessoas que já leem e a ideia não é essa: é tornar a economia interessante para quem acha ela chata.

Gabriele: E vocês aproveitam pautas da revista, João Pedro?

João Pedro: Não, porque na verdade é bem separado o esquema de trabalho e tem conteúdos da revista que eventualmente são publicados no site, uma parte, mas nosso esquema de trabalho é bem diferente. As vezes acaba saindo uma coisa parecida, mas isso não tem problema. A ideia é que não seria produtivo a gente ficar se controlando o tempo inteiro, o nosso esquema é muito diferente e o público é muito diferente, então não rola este conflito e por não haver esse conflito, não há essa preocupação, cada um vai fazendo e a gente acaba vendo que o sair acaba sendo em outro formato, outro jeito. Então, não tem problema. Não tem muito essa coordenação.

Gabriele: Sobre esse público ser mais geral e não muito específico, como é essa relação entre vocês? Eles mandam sugestões, vocês conseguem ter um controle ou um mapeamento das notícias mais lidas ou os assuntos que as pessoas estão mais acessando para saber o que o consumidor do site está procurando mais na *Exame*?

João Pedro: Assim, a gente acompanha a audiência o tempo inteiro, então, a gente acompanha que matérias foram mais ou menos lidas e a gente tem o analítico do Google que mostra palavras que são mais buscadas. Esse controle existe e é bem grande. Não vai no micro, quem leu, mas temos movimentos dos grandes de assuntos, de dias, de palavras, isso tem um monitoramento grande.

Gabriele: Uma curiosidade, na verdade: na maioria das notícias a gente vê que são reaproveitados dados oficiais, divulgados por órgãos do governo, os ministérios enfim, mas vocês conseguem inserir personagens sociais, para algumas notícias de economia? Talvez o consumidor inserido na notícia como fonte, isso é usual?

João Pedro: Então, não. Têm os acordos com as agências, né? Então, e o tipo de matéria que eles fazem de ir na rua e ver o clima dos consumidores nestas datas festivas, ou aqueles

consumidores que estão em inadimplência, isso tem um volume grande de matérias no site e o foco da *Exame* um pouco é ter uma análise de um cara que é especialista sobre um fenômeno que as vezes é um pouco mais geral, a nossa ideia é fazer o que as agências não estão fazendo. Por isso, tem muita coisa que a gente não faz. Por exemplo, dificilmente você vai ver uma matéria com um dado solto. Porque qualquer dado, só o dado, a agência vai fazer e a gente vai perder tempo se a gente fizer. Então, por isso, tem muito pouco em economia isso de ir atrás do consumidor ou da pessoa comum digamos assim, porque você tem que sair na rua para fazer isso e se não for para fazer direito a gente prefere não fazer e deixar para as agências.

Gabriele: O período que eu analiso as notícias João, foi um período marcado por intensa crise política e econômica primeiro pela instauração do processo de impeachment e depois pelo afastamento da presidente Dilma Rousseff. Nas notícias de economia, neste período, teve algum enfoque diferente do que costuma ser dado?

João Pedro: Tem assuntos que a gente não consegue escapar. E então, ficamos bastante focado nisso. Foi o caso do *Trump* e foi o caso do impeachment, você não poderia falar nada de economia brasileira sem citar o fato, então acabou sendo neste período uma coisa que não dava para fugir. Todo mundo queria falar. Então, a gente acabou ficando focado nisso. Teve a saída do Reino Unido da União Europeia, então ficamos focados. A gente é muito quente, focamos em assuntos quentes.

Gabriele: Agora fazendo uma pergunta de logística: vocês são uma equipe muito grande para o site, para seção de “Economia”, ou não?

João Pedro: Então, um site de economia no *GI* ou no UOL, na parte de economia entraria: finanças pessoas, seu dinheiro, outros assuntos. Como nós já somos um site de economia e negócios, a minha parte que é “Economia” é um pouco restrita do que seria considerado “Economia” de uma forma ampla. Então, acaba sendo número PIB, comercial Internacional, essas coisas. O que tem a ver com empresas, entra em negócio que são uma equipe de 4 pessoas, aí você tem depois Finanças Pessoais, Seu Dinheiro, acho que tem 2. Então, eu acho que tem mais ou menos uns trinta jornalistas. Economia escrito no site é só eu.

A seguir é apresentada a segunda entrevista, com Renato Franzini, editor da seção Economia do portal *GI*.

Gabriele: Como funciona o processo de produção de uma matéria feita pelo repórter em economia do *GI*?

Renato: Primeiro é importante falar como é o esquema do *GI*. É assim; a gente tem uma redação central em São Paulo e temos repórteres especializados em economia em Brasília e no Rio de Janeiro. Aqui em São Paulo é onde fica a equipe principal que tem 7 pessoas: a editora e mais seis repórteres/redatores, pessoas que tanto adaptam texto como fazem reportagem. Então, o processo de produção aqui é como em qualquer outra redação.

Gabriele: Há uma reunião de pauta ou as matérias vão sendo produzidas em tempo real e publicadas pelo site?

Renato: A editora fecha uma previsão de matérias que vão ser publicadas no dia e no dia seguinte, ou matérias que estão prontas ou fatos que vão acontecer. Vamos supor que tem uma previsão de que às 10h vai ter uma coletiva do ministro da fazenda. No dia anterior, a gente já sabe que vai ter isso e já prevê que vai ter uma matéria sobre isso no dia seguinte. E é ela (a editora) que aloca os repórteres que vão cobrir cada uma dessas coisas. No Rio é um repórter. Lá em Brasília a gente tem dois repórteres que vão para o Ministério da Fazenda, para o Ministério de Minas e Energia, enfim, além disso, tem uma reunião de pauta semanal da editoria para estabelecer as pautas a médio e longo prazo. São aquelas apostas de matérias mais produzidas que precisam de tempo. A maior parte das minhas notícias publicadas são notícias de tempo real, de um fato que acabou de acontecer. Mas tem muita matéria produzida também e essas matérias são feitas pela mesma equipe. A divisão é feita com base nas pautas.

Gabriele: Como a editoria de economia está organizada?

Renato: A editoria de economia está organizada em subeditorias que são aquelas: “mercado”, “negócios”, “seu dinheiro”, no entanto, elas são realizadas pela mesma equipe da mesma forma. Para o leitor não importa muito se é editoria ou subeditoria, isso é mais para nossa equipe se organizar, para conseguir dividir melhor o noticiário.

Gabriele: A minha próxima pergunta era sobre isso, se a apuração acontece fora da redação.

Renato: Em Brasília, para ser bem específico, os repórteres ficam o tempo todo fora da redação, em São Paulo e no Rio, eles ficam mais tempo dentro da redação fazendo entrevistas por telefone, mas também saem quando ocorrem, quando tem uma matéria para apurar na rua, ou quando é para entrevistar personagem. Ou para ir em uma coletiva, por exemplo.

Gabriele: Tem um limite de caracteres nas reportagens?

Renato: Não. A gente orienta que a matéria tem que ter o tamanho da notícia. Às vezes, uma matéria muito curtinha pode não esclarecer todos os pontos daquela notícia, a gente não dá esse limite. Agora, é claro, vai do bom senso de cada redator na hora de escrever.

Gabriele: Eu noto que não há uma ordem. As notícias podem ser publicadas, por exemplo, as três da tarde sobre o que o ministro vai falar, e, em seguida, é publicada uma notícia de cunho mais popular. É isso mesmo?

Renato: Esse ritmo de publicações da internet, não é específico de economia, se você observar as outras editorias do *GI*, você vai achar na mesma linha. Mas não temos um ritmo em publicar essa agora, essa daqui a pouco, pensando que temos que ter um tema “a”, um tema “b” e um tema “c” para variar de novo, pensar assim é imaginar que as pessoas leem uma lista de notícias e não é assim. As pessoas chegam as notícias de outro modo: elas chegam pelo *GI*, chegam pelas redes sociais, chegam pelo *Google* e aí não faz sentido. Essa sua pergunta tem um pouco do viés de jornal, né? Você faz uma paginação, mas não existe isso no online. A gente publica as notícias, conforme elas acontecem. Mas a gente programa notícias sim, quando a gente faz matérias produzidas....

Gabriele: Na seção “Economia”, especificamente, qual o público alvo que se pretende atingir? Tem alguma categoria por: faixa-etária ou hábito de consumo?

Renato: Não. A gente não faz matéria pensando em atingir um determinado público. Acaba atingindo. A gente orienta que os repórteres escrevem para todo tipo de público ler e entender de forma mais didática possível. Não pensamos em um público específico para o que

escrevemos sobre economia. No entanto, nós sabemos que quem mais se aproxima e quem mais lê sobre o que escrevemos é um público mais adulto e masculino e acredito que nos outros portais seja a mesma coisa.

Gabriele: Por exibirem muitos índices, números e jargões específicos, a linguagem em economia tem uma característica muito própria. Existe um manual de redação a ser seguido no *GI* ou algum tipo de articulação da linguagem diferente do que acontece em outros veículos?

Renato: Não temos um manual de redação, mas treinamos os repórteres para que escrevam o mais didaticamente possível, evitando uma linguagem muito específica. Há treinamento de texto e de pauta todo ano. Não tem um período específico, às vezes é a cada dois meses, e isso no geral é para toda a redação. Quando são jornalistas novos, eles são treinados no primeiro mês pelos nossos editores que sabem os nossos padrões e o modo de fazer Jornalismo.

Gabriele: Vocês aproveitam pautas do jornal O Globo?

Renato: Não sabemos o que O Globo pauta. Cada veículo do Grupo Globo tem o seu site. O que acontece às vezes é eles mandarem sugestões do que podemos chamar no nosso site. Eles enviam as chamadas, mas aí avaliamos antes se é interessante ou não. Não só do O Globo, mas também da *Época*, do *Valor Econômico* agora mais recente. Mas nunca pegamos o texto na íntegra deles e postamos no nosso site. Isso não acontece.

Gabriele: Há parcerias com conteúdo de outros portais ou agências de notícias?

Renato: Sim, com várias agências de notícia, entre algumas estão a *Reuters*, a *Agência Estado*, a agência *EFE*. Com todas são firmados contratos. Eles passam matérias que eles fazem e a gente publica dentro da nossa página.

Gabriele: Como é a relação com o público-leitor? Eles mandam sugestões? Eles informam a vocês sobre o que gostariam de ler no *GI*?

Renato: Olha, sim. A gente tem um contato com o público de algumas formas. Uma delas é via CAT que é a Central de Atendimento ao Telespectador da Globo e nessa Central a

pessoa pode entrar em contato via e-mail ou telefone. As pessoas que trabalham no CAT fazem uma seleção desses contatos, dos leitores e vão nos passando. Então, a gente recebe. É um número grande. São mensagens, críticas, eles apontam erros de matéria. E a gente lê tudo que chega. Às vezes não faz nada a respeito, mas olhamos o que viram na matéria. Muitas vezes, a gente vê também pelos comentários das matérias que não tem só a opinião do leitor, às vezes tem alguma observação de conteúdo. E às vezes pode virar pauta. Mas sobre as mensagens, o próprio CAT faz a triagem.

Gabriele: Como vocês fazem o controle ou mapeamento dos assuntos mais acessados na seção economia? Há um software ou controle das mais lidas?

Renato: Sim, cada editor acompanha e fazemos um monitoramento pelo *Google Analytics* que é uma ferramenta que traz algumas informações, entre elas, quais são as notícias mais vistas exatamente agora. Os editores ficam olhando essa lista e vendo o que está sendo mais visto, se o público está lá, naquele conteúdo, é importante checar se na matéria está tudo bem. Sempre que sabemos de um erro a gente corrige.

Gabriele: Tem alguma pauta que não pode faltar na editoria de economia, Renato?

Renato: O que a gente não deixa de olhar é qual é a principal notícia do dia. E nessa matéria a gente tenta traduzir o que essa decisão econômica tem de efeito para o público. A notícia principal não falta. Sempre que você entrar no *GI*, você vai encontrar a notícia principal do dia em economia.

Gabriele: O ano de 2016 foi marcado por vários períodos de agravamento da crise político e econômica, um deles, que é o que eu estudo na pesquisa, ocorreu entre os meses de abril e maio em que se deu a instauração do processo de impeachment até o afastamento da Dilma pelo Senado por 180 dias. Em períodos como esse, as notícias de economia ganham algum enfoque específico? Por exemplo: divulgar mais dados oficiais do que tratar de histórias mais populares, por exemplo?

Renato: Não vejo mudança nenhuma na editoria de economia. A agenda de economia é muito específica e essa agenda se repete, independente do que acontece na política ou no mundo. A gente tem que continuar com a mesma toada que a gente vem. Esse período específico

que você falou, não vi mudança. Até os questionamentos dentro das matérias que conseguimos acompanhar pelos comentários é o mesmo tipo há muito tempo.

Após ver o procedimento seguido pelos sites estudados na elaboração das notícias e levando em consideração das páginas anteriores onde realizávamos já uma análise das mesmas optamos, agora, por apresentar algumas observações pertinentes para podermos chegar à resposta da problemática inicial lançada na introdução deste trabalho.

5 INFERÊNCIAS SOBRE O MATERIAL COLETADO

Depois de selecionar as matérias mais enfáticas para este estudo, a partir dos critérios de seleção já mencionados, elas foram analisadas individualmente para, em seguida, serem agrupadas e comparadas.

Durante a análise particular foram observados: a linguagem de títulos e linhas fina; o serviço em evidência visto que todas elas pertencem ao segmento de Jornalismo de serviços; os jargões econômicos; a presença de fontes e de personagens que se sobressaíram. Além disso, tomaram a atenção também os recursos gráficos que elas dispuseram como fotos, vídeos, tabelas ou gráficos e o tamanho em caracteres. Observações gerais foram incluídas a fim de sintetizar o que a análise de todos os itens anteriores sugeriu (ver apêndice A).

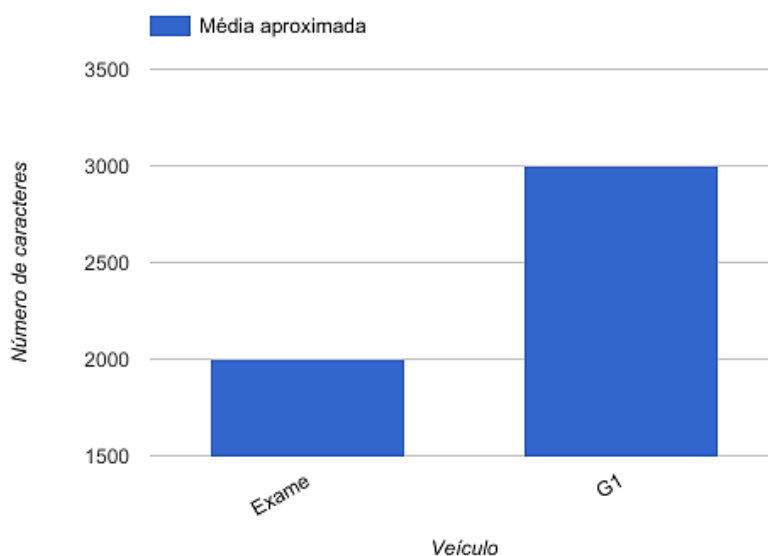
A partir disso, chega-se à etapa de inferência e interpretação em que se torna possível debruçar-se com tenacidade ao problema deste estudo e, inclusive descobrir características não imaginadas antes. Foram detalhadas a seguir as interpretações¹⁸ finais após aplicação das três etapas propostas por Bardin (2009) que deram condições para identificar a produção e recepção das mensagens analisadas em sua estrutura e cobertura.

São descritas a seguir as interpretações que dizem respeito à estrutura da notícia e que direcionam para a interferência ao fato noticiado. As categorias foram comparadas e retomase a bibliografia trabalhada neste estudo como suporte para o detalhamento apresentado.

Comparando a extensão de conteúdo entre as reportagens, nota-se que aquelas pertencentes à categoria *Consumidor* e *Manifestações da crise* contem mais caracteres. Mas é observado que as reportagens do portal *GI* apresentam majoritariamente número de caracteres superior às reportagens do portal *Exame*.

A média obtida na contagem dos caracteres, precisamente, do portal *Exame* foram 1939, enquanto no portal *GI* foram de 2865 caracteres. No gráfico 8, na próxima página, estão dispostas as médias aproximadas. Essas estimativas foram postas, a fim de verificar se a “Teoria organizacional” tem influência no Jornalismo Econômico de serviços e, os dados, bem como as entrevistas realizadas com os editores de cada veículo provam que sim.

¹⁸ As interpretações na análise são sinalizadas pela siglas (Ex) ou (G) seguidas de um número. Esse tipo de sinalizador faz referência às notícias do portal Exame ou do portal *GI*, respectivamente, incluídas ao apêndice. Para consultá-las após o aparecimento da sigla no texto, é preciso verificar o apêndice A.

Gráfico 8 - Caracteres dos veículos estudados em relação às matérias econômicas selecionadas

Fonte: Elaborado pela autora.

O processo de produção de conteúdo pelas respectivas redações fica em evidência e, ainda neste caso, o tamanho das equipes e a localização das redações tem importância ao avaliar essa teoria. Isso porque, no portal *Exame* a equipe é mais enxuta quando comparada com o portal *G1*.

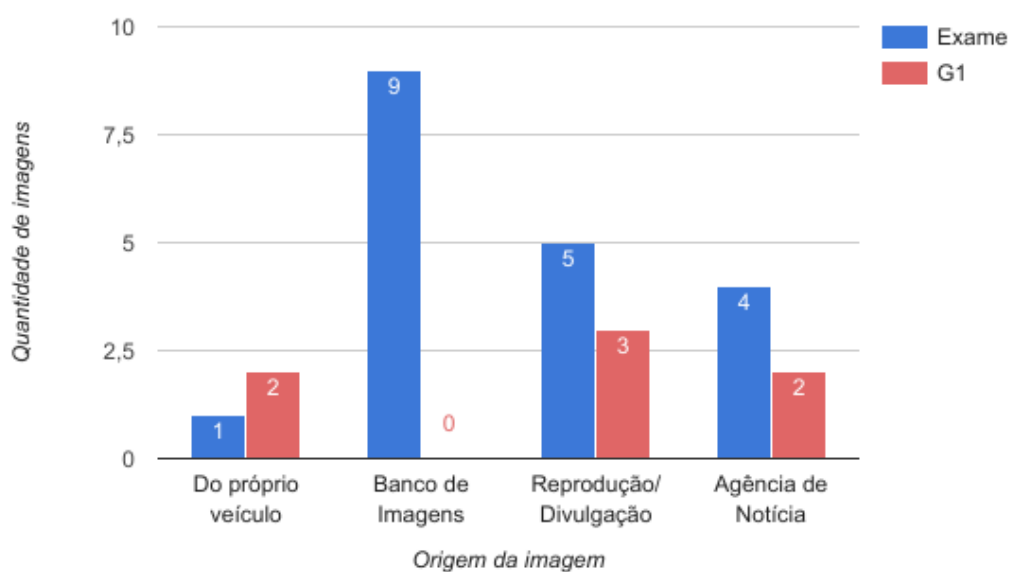
Como revela a entrevista realizada com os editores dos veículos, a redação do portal *Exame* conta com repórteres que saem pouco da redação, que fazem entrevistas mais por telefone do que pessoalmente. Em economia, como afirma o editor do veículo *Exame*, as pautas se restringem ao espaço da redação na maioria das vezes. Enquanto isso, a equipe do portal *G1*, além de ser maior em número de repórteres, está distribuída em mais de um estado. Além de São Paulo, há repórteres no Rio de Janeiro e em Brasília. Esses são critérios contextuais que interferem diretamente na produção do conteúdo.

Sobre o contraste de caracteres, ambos os editores afirmaram que não elegem uma regra para determinar número limite de caracteres, algo que dá a chance para uma cobertura mais completa incluindo o aprofundamento do assunto que se pauta, contudo, nem sempre ele ocorre. Esse é um problema exemplificado pelas reportagens Ex8 e G6, pertencentes à categoria *Consumidor*, mas no caso do portal *Exame* a “Teoria organizacional” (que determina o conteúdo jornalístico a partir dos recursos da empresa) se aplica mais fortemente, uma vez que a estrutura editorial limita uma cobertura mais arraigada feita pelo veículo.

Algo comum nas reportagens dos dois veículos é que todas se valem de recursos gráficos, sejam eles fotografias, gráficos, tabelas ou vídeos para apresentar o conteúdo econômico. Mas quando comparadas as reportagens em economia, verifica-se que, principalmente nas fotografias, o portal *G1* preocupa-se em personificar o cidadão consumidor em suas fotos. Para isso usam imagens de consumidores ou de ambientes que reforcem a temática da reportagem como uma consumidora em supermercado fazendo compras ou uma mulher verificando lousa com anúncio de vaga de emprego (ver Anexo A¹⁹ - CD). Dessa forma, o veículo permite uma maior identificação de quem lê com a imagem que vê.

O mesmo não é observado no portal *Exame*. Além das fotos em sua maioria serem de bancos de imagens, elas remetem ao tema econômico, de fato, mas não se preocupam em dar rostos às imagens (ver anexo A - CD). Essas em sua maioria são ilustrativas como observado em uma reportagem sobre juros em que são exibidas apenas moedas como ilustração, além de uma reportagem sobre confiança do consumidor em que é apresentado apenas as mãos de um consumidor segurando sacolas. Ainda em outra reportagem sobre salários de empregadas domésticas, identifica-se apenas o corpo de uma mulher limpando o chão, seu rosto é ocultado e a foto é de banco de imagens. Abaixo, o gráfico especifica as origens das imagens em cada veículo.

Gráfico 9 - Origens das ilustrações dos meios estudados



Fonte: Elaborado pela autora.

¹⁹ Para ver a reportagem diretamente no site de cada veículo, basta clicar no link incluso a cada documento do Anexo A, em CD anexado ao final deste trabalho.

Com isso, nota-se que as reportagens do portal *Exame*, independente da categoria a que pertencem se desvinculam da preocupação de centralizar o cidadão no conteúdo quando o quesito é a exploração visual do assunto. Levando em consideração o balanço de imagens, o portal *Exame* apresenta 9 imagens exclusivas de banco de imagens e apenas 1 do próprio veículo. O portal *GI* não explora a quantidade de imagens total com a mesma constância quanto o veículo especializado, mas quando a exploração ocorre, o *GI* recorre mais a reprodução/divulgação bem como às fotografias de agências de notícias, representadas, respectivamente, pelos números 3 e 2 no gráfico de sua barra.

Vale considerar também que o número de fotos usadas por *Exame* em sua seção “Economia” é maior e cada imagem corresponde a uma reportagem. Isso não acontece no conteúdo do *GI*, uma vez que, ele explora outros recursos imagéticos como vídeos, gráficos e tabelas contribuindo com outra maneira de leitura da notícia. Entre os recursos não são identificados vídeos no conteúdo econômico das reportagens analisadas no veículo *Exame*.

Com a ascensão do neoliberalismo no Brasil como vimos neste estudo, o Jornalismo Econômico passou a receber duras críticas em virtude de um conteúdo voltado em sua maioria para instituições e para o mercado financeiro, com índices exacerbados sendo expostos e poucos conceitos explicados na leitura.

Na categoria *Mercado*, observaram-se notícias cujas fontes são em sua maioria órgãos oficiais do governo e pesquisas também produzidas por eles. O número de jargões econômicos é muito mais diluído no texto e nessas notícias a ausência de explicação dos conceitos é muito comum, sobretudo no portal especializado como é classificado *Exame* nesta pesquisa.

As notícias desse portal que pertencem à categoria *Mercado* centralizam muito mais as instituições e os efeitos do fato econômico para elas, do que para a população em geral. Até em reportagens cujo tema diz respeito a segmentos sociais mais distantes das nuances em economia – como as empregadas domésticas (Ex4) – ainda assim, neste conteúdo, o diálogo parece acontecer entre a notícia e um grupo específico. Um grupo, por exemplo, a quem interessaria contratar ou não uma empregada doméstica. E esse grupo, possivelmente, é bem instruído na interpretação dos fatos econômicos.

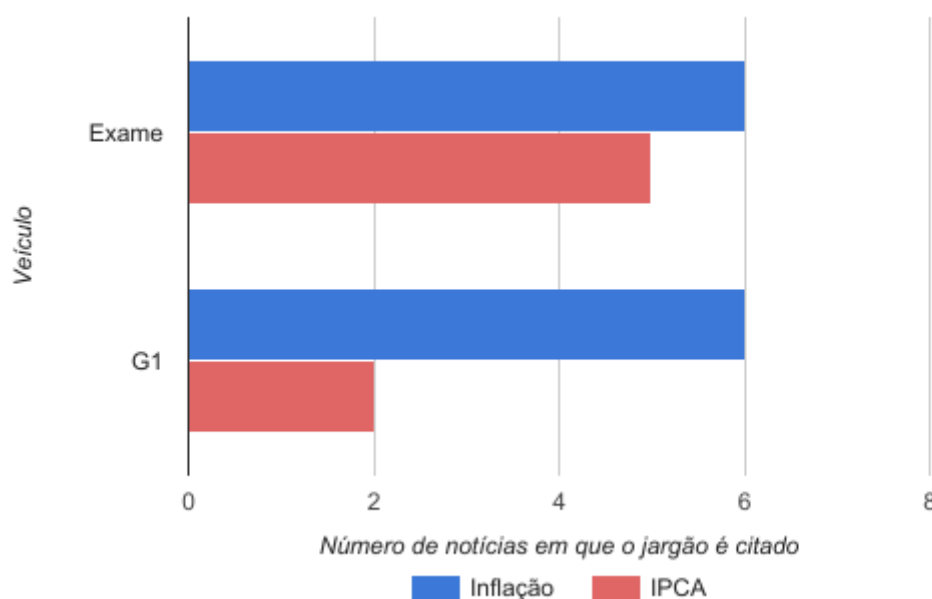
Identifica-se, assim, uma contradição: por mais que a seção de economia do veículo *Exame* revele que não escreve para um grupo específico, mas, pelo contrário, busca atingir o maior número de pessoas possíveis, ainda que chegue a um grande contingente, a linguagem demonstra estar pouco articulada, uma vez, que se apresentam mais dados e índices do que se relacionam as estimativas aos seus possíveis reflexos à sociedade (Ex6).

Por vezes, as notícias centralizam bem mais as instituições e pouco se voltam, por meio da linguagem, para um público geral, ainda que afirmem que priorizam a ideia de máxima audiência, sem se importar com um público específico.

A pouca clareza da linguagem em trechos como “os economistas consultados passaram a ver a Selic a 11,75%” (Ex5) ou “[..]o salário mínimo é reajustado pela inflação do ano anterior, medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) mais a variação do PIB dois anos antes” (Ex9) revelam que só quem sabe o que é Selic e inflação e só quem sabe o que significa um número neste patamar conseguirá entender, mais claramente, a situação. Ou seja, não se trata de um público geral como referido.

De acordo com um balanço dos principais jargões dentro do texto realizado para este estudo, entre as categorias, foi possível contabilizar aqueles que foram mais citados por cada veículo como é posto no gráfico abaixo:

Gráfico 10 - Jargões mais citados nas matérias analisadas



Fonte: Elaborado pela autora.

Ambos os veículos têm como jargão mais citado a definição “inflação”, enquanto o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) é o segundo colocado. É interessante observar que, juntamente, *Exame* e *G1* tem o mesmo número de notícias em que aparecem a expressão inflação. Ela é o jargão mais difundido entre os veículos, mas seu conceito não aparece em nenhuma reportagem, nem no portal especializado, tampouco no não especializado.

Nas categorias *Consumidor e Manifestações da Crise*, as instituições permanecem também centralizadas nas notícias. Apesar da maior recorrência dos termos “consumidor” ou “famílias” nas reportagens dessas categorias, a forma a quem se fala é segmentada, com tendência a dialogar com um público específico como provam os títulos: “Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC” (G7); “Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos” (G8); “Mercado financeiro baixa de novo previsão de inflação e vê piora do PIB” (G10); “Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus” (Ex6). A aplicação de verbos de ação ao comportamento dos objetos de preocupação da notícia como “mercado vê” “mercado baixa” “intenção de consumo cai” permite a interpretação que essa linguagem em economia pouco conversa com o público mais geral.

Em entrevista, o editor de economia do portal *GI* reconheceu, inclusive, que as notícias de economia acabam chegando mais facilmente a um público masculino e adulto e o questionário aplicado neste estudo, a fim de conhecer os hábitos de consumo de informação econômica na crise, confirmam tal afirmação. Mas o empenho em alterar essa configuração em uma editoria tão vasta como economia, a qual inclui também os serviços à população, acaba sendo falho por parte da apuração jornalística analisada neste estudo.

São descritas a seguir as interpretações que dizem respeito à cobertura da notícia e que direcionam para a interferência ao fato noticiado. Neste detalhamento, condicionam-se a contextualização da crise, o uso de fontes, o estudo do público alvo, entre outros critérios de construção da notícia. As categorias foram comparadas e retoma-se a bibliografia trabalhada neste estudo como suporte para o detalhamento apresentado.

O Jornalismo Econômico muito insere no novo fato uma velha ideia. Esse é um critério muito comum e observado nas notícias, já que muitas delas fazem considerações do passado para tornar ainda mais evidente e confiável um fato presente. Um exemplo é a constante comparação de índices. No período da crise, isso se tornou ainda mais usual, pois o Brasil apresentou queda em seu crescimento. Dessa forma, passaram a ser comparados aos fatos do presente às situações anteriores à crise, para contrastar a informação. Nos títulos “Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses” e “Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa” isso é claro.

Assim, nas categorias *Consumidor e Manifestações da crise* as reportagens apresentam o valor notícia da consonância, pois em sua maioria fazem comparações de taxas a períodos anteriores ao momento atual de publicação do conteúdo. Na categoria *Mercado*, a comparação de índices de outras épocas entre as reportagens, a fim de justificar ou interferir na conjuntura de crise, é um pouco mais branda, porque essa categoria tem algumas reportagens com viés

mais descritivo, com intuito apenas de expor índices, sem compará-los, apenas apresentando e quantificando seus valores, sem quaisquer articulação com mais afínco.

Ocorre uma quebra de caracterização habitual da notícia estabelecida pela visão, em suma, de que o veículo especializado se encarrega de uma cobertura mais completa, mais aprofundada e debruçada no fato noticiado com pluralidade de fontes, contextualização e problematização do acontecimento.

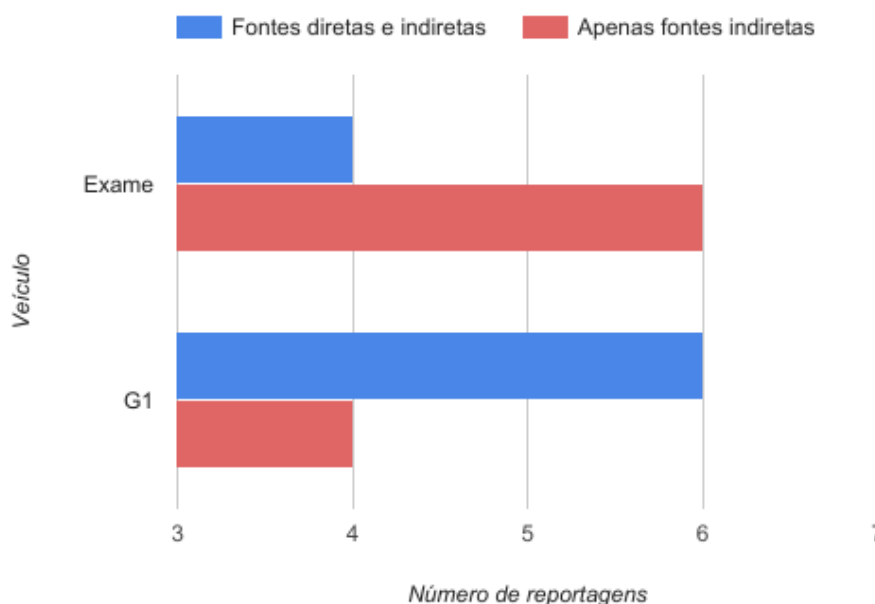
A análise permitiu inferir que enquanto as reportagens do veículo *Exame*, em todas as categorias consideradas, são mais diretas, com menos entrevistas, mais curtas em sua maioria, as notícias do *GI* contradizem esse paradigma. Em seu perfil generalista há espaço, inclusive, para maior detalhamento da economia no conteúdo fotográfico produzidas até mesmo por repórteres da redação ou por meio de vídeos com entrevistas. Isso prova que, quando comparado com a tendência à especialização que o portal *Exame* possui, o *GI* termina por se posicionar diante dessa tendência também, destacando-se em sua cobertura econômica, uma vez, comparada com o veículo especializado.

Sobre as fontes utilizadas, nota-se que o uso de fontes indiretas acaba sendo supervalorizado no Jornalismo em economia e distanciando ainda mais o público geral da identificação com o conteúdo. Essas fontes indiretas são em sua maioria notas, pesquisas governamentais e relatórios mensais, além de boletins oficiais. A credibilidade das fontes como órgãos governamentais não é questionada, mas sua forma de aproximação com quem lê é.

Os órgãos em si já armazenam em sua configuração, tradicionalmente, certo distanciamento do público geral. As pessoas costumam se identificar com agentes dos quais estão mais próximas ou com aqueles inseridos em seu contexto também. Se isso falta, falta também interesse suficiente para compreender a notícia.

As fontes indiretas são comuns em todas as categorias verificadas, sem distinção de veículos. Em reportagens pertencentes a categoria *Mercado*, elas são mais frequentes. Já na categoria *Consumidor*, além delas, aparecem fontes diretas. Mas essas últimas são em grande parte representadas por economistas, diretores de empresas ou os próprios funcionários de órgãos oficiais do governo ou de instituições de pesquisas como é o caso de Diogo Henrique de Oliveira do Ministério da Fazenda (G4) ou Viviane Bittencourt vinculada à Fundação Getúlio Vargas (EX2). É inexistente a inserção de outros perfis de entrevistados no conteúdo analisado. O gráfico a seguir apresenta o número de reportagens e a recorrência de fontes nelas.

Gráfico 11 - Fontes diretas e indiretas nas matérias analisadas



Fonte: Elaborado pela autora.

O que se tem verificado com essa comparação é que o uso de fontes indiretas acontece com mais recorrência na seção “Economia” do portal especializado do que no portal generalista como o *G1*. Entre as reportagens analisadas, destacam-se fontes como relatórios do Banco Central, pesquisas do IBGE e dados do Copom.

No veículo *Exame* apenas 4 reportagens mencionam fontes diretas além das indiretas, enquanto as outras 6 se valem apenas de fontes indiretas que são relatórios de pesquisas e dados divulgados por instituições públicas. Enquanto isso, o *G1* explora mais as fontes diretas em suas reportagens, com entrevistas diretas em vídeo, inclusive. Prova disso é que 6 matérias tiveram fontes diretas junto com as indiretas e apenas 4 reportagens contaram com dados exclusivos de fontes indiretas.

Coincidentemente, os portais se opõem na mesma proporção neste quesito. Porém, ainda que o portal *G1* aumente o uso de fontes diretas em seu conteúdo, é notório que nenhum dos dois veículos explora o conteúdo analisado apenas com fontes diretas. Isso é visto no gráfico pela inexistente categoria “apenas fontes diretas”, algo que minimiza a possibilidade de outros perfis de agentes sociais – entre eles o próprio consumidor – de serem entrevistados.

Em nenhuma reportagem analisada, como já comentado, aparece um consumidor como fonte no conteúdo. Na categoria *Consumidor*, as reportagens agrupadas se valem de termos

como “consumidores”, ou “maior parte das famílias”, mas a inserção desse perfil social não é incluída à notícia.

O distanciamento determinado por essa ausência, ainda mais em um período de crise em que a economia passa por recessão e a política por um processo de impeachment que impacta todos os setores públicos e privados, compromete e muito a compreensão do cidadão frente ao assunto que, possivelmente, impactaria seu cotidiano.

Há o reconhecimento da existência do consumidor e o reforço de serviços que interessam a ele, por exemplo em Ex3; Ex8; Ex10; G3; G7, todas essas notícias dialogam um pouco mais com o perfil do consumidor geral – aquele cidadão ou cidadã entre o público noticioso que se preocupa com o planejamento de contas e com as implicações da economia para seu cotidiano – mas o que não se vê no trabalho jornalístico é a inserção desse agente no conteúdo.

O consumidor é informado, todavia por mecanismos de linguagem e por uma estrutura que favorecem mais aos perfis instruídos em economia e habilitados em compreender os conceitos da área. Aqueles que pouco ou moderadamente recorrem à editoria de economia para se informar são mais vulneráveis à incompreensão. Trata-se de uma falha de coexistência entre duas formas de tratamento do cidadão: a de reconhecimento e a de inserção, ao passo que a primeira acontece, a segunda não. Assim, a proximidade com o leitor quanto critério substantivo é pouco verificada já que as duas formas de tratamento mencionadas divergem. Além disso, falha neste caso o critério de personalização, visto que esse último pressupõe que “pessoas se interessam por pessoas”, logo a inserção de determinados perfis no conteúdo poderiam favorecer ainda mais a identificação dos leitores com o tema em economia.

Sobre a linha editorial identificada nos veículos analisados, percebe-se que ela esteve alinhada com as entrevistas concedidas pelos representantes das editorias de economia. O maior ponto de divergência reside, no entanto, na questão do público alvo, pois ambos os editores confirmam que não é pensado em um público específico durante a produção de conteúdo para as respectivas seções de economia, mas o que se nota a partir da análise, é que a pluralidade de perfis sociais incluídos ao conteúdo é mínima. Isso foi ainda mais ressaltado pela contagem de fontes diretas, bem como pela ausência de personalidades que fossem além daquelas que representam empresas e órgãos do governo.

O processo de produção comparado entre os veículos difere, de fato. Enquanto o portal *Exame* tem sua cobertura econômica mais limitada ao espaço da redação, o portal *GI* conta com repórteres que podem ir às ruas, a entrevista confirma isso. Contudo, mesmo com esse ambiente de cobertura maior, bem como espaço de escrita que não é previamente travado por limite de

caracteres – em ambos os veículos – não se nota uma inserção plural de perfis que poderiam ser desde donas de casa, comerciantes pequenos e médios, consultores de organização financeira até chegar aos professores, economistas e autores de pesquisas governamentais como já se observa no material de análise. A linha editorial, neste caso é pouco atenta a esse tipo de preocupação. Olha-se para o fato, mas pouco é verificado o critério de amplificação que permite ao acontecimento ser notório a um grande público.

Muito do que foi publicado pelos veículos no período de análise tem relação com a recessão e sugere cenário econômico inóspito, ou seja, negativo. A tabela a seguir aponta o cunho sugerido pelos títulos de todas as reportagens. Do número 1 ao 10 são títulos de reportagens do portal *Exame* e do 11 ao número 20 títulos do portal *GL*.

Quadro 1 - Enfoque das reportagens estudadas em relação à crise econômica

Título da reportagem	Cunho positivo	Cunho negativo
1. Brasil é primeiro lugar mundial em juros reais		X
2. Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico		X
3. Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp		X
4. Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015	X	
5. Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses		X
6. Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus	X	
7. No dia seguinte do impeachment, o que esperar da economia?		X
8. O peso de cada produto no bolso do consumidor em abril		X
9. Salário mínimo de R\$ 946 não é aumento real, destaca governo		X
10. Vendas de supermercados crescem 8,44% em março	X	
11. Alimentos subiram 129% em dez anos; cebola e batata dispararam		X
12. Comércio tem maior alta para fevereiro desde 2010, diz IBGE	X	
13. Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa		X
14. Correção da tabela do IR não vai impactar arrecadação, diz Fazenda	X	
15. Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016, diz IBGE		X
16. Preço de alimento e habitação sobe menos, e inflação em SP	X	
17. Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC		X
18. Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos		X
19. Vendas do comércio no 1º trimestre têm a maior queda desde 2001		X
20. Mercado financeiro baixa de novo previsão de inflação e vê piora do PIB		X
TOTAL	6	14

Fonte: Elaborado pela autora

Observou-se que o empenho em contextualizar o período de crise econômica, porém foi algo pouco frequente, ainda que o assunto crise seja mencionado. Tendo em vista esse aspecto desfavorável à economia, esperava-se que mais reportagens pudessem tratar do assunto. Poucas fazem isso. Entre aquelas cujo cenário de recessão foi relacionado de alguma forma ao problema apresentado estão: Ex2; Ex10; G3; G4; G5 (ver apêndice A). Comparando os dois

veículos, a abordagem dos assuntos um pouco mais aprofundada fica mais evidente no portal *GI* do que no portal *Exame* que, contraditoriamente, tem por tradição o conceito de economia e negócios vinculados ao seu Jornalismo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as transformações do Jornalismo – possíveis a partir da modelagem do sistema capitalista que forneceu estrutura para que a profissão se normatizasse e fosse vinculada à lógica de mercado, sob o princípio da liberdade, considera-se que há uma mudança na relação entre o próprio Jornalismo e os valores de sua profissão.

Arelado à comercialização da notícia – que é produto do fazer jornalístico – nasce também uma série de responsabilidades como o compromisso com a verdade e com o interesse público que não foram originadas em papel diminuído quando comparadas a aquele de lucrar mediante a comercialização. Pelo contrário. As responsabilidades e o papel do Jornalismo como utilidade pública são o reforço do trabalho de noticiar com qualidade e comprometimento e não cabe sua diminuição em função da supervalorização de outros interesses.

Mas observando um segmento de especialização do Jornalismo ao longo do tempo como se debruça este estudo ao priorizar o Jornalismo Econômico em contexto de crise econômica, ficou claro que determinados critérios e valores se diluíram com o tempo e comprometeram, assim, a qualidade da informação, bem como sua lealdade com os cidadãos. O equilíbrio que poderia haver entre o lado da função pública e o lado do negócio – sem deixar a lógica que o originou e os valores que o delineou – se descontrói a partir da escolha única de um desses lados.

Identificou-se que na história do Jornalismo Econômico foram muitos os desafios para a editoria econômica se sobressair, apesar de sua atividade ser próxima a própria história da imprensa, no Brasil, o seu reconhecimento em maior escala só foi possível quando um cenário opressivo – a ditadura militar – se configurou, fazendo com a editoria de economia não fosse sufocada como as outras.

Quando, por fim, como identificado na pesquisa, seu espaço passa a ser mais explorado, a influência estrangeira é incorporada à nacional, prova disso são os editores convidados por grandes veículos à época, como o caso de Frederico Heller que ganhou o cargo de articulista econômico no jornal *O Estado de São Paulo*. Tal fato trouxe uma série de características à editoria. Sobre a configuração do Jornalismo Econômico antes dos anos 1970 podem ser destacadas: linguagem herdada da política; profissionais não jornalistas para falar de economia e pouca preocupação com um texto de caráter noticioso.

Mais tarde, no período da ditadura, além da especialização em economia crescente, a editoria se voltou para as pautas na categoria de serviços, como o consumo e preços de produtos

em geral, que deram ao cidadão, em seus mais diversos níveis de instrução em economia ou não, a centralidade da notícia, colocando-o como objeto de preocupação jornalística.

Essa categoria do Jornalismo Econômico mudou, sobretudo, com a ascensão neoliberal em que fica aclarado que os interesses do mercado financeiro atingiram também o Jornalismo, com reportagens cuja função era informar sobre a dinâmica desse sistema que inclui índices de importação, exportação, taxas de câmbio, valores do dólar, relato da bolsa de valores, entre outros.

Ao analisar os veículos *Exame* e *GI* neste estudo a partir da pergunta de pesquisa (As notícias de Jornalismo de serviços inseriram ou puseram à margem o cidadão consumidor em um cenário de crise?) fica esclarecido que as notícias reconhecem a existência desse cidadão que é menos preparado para lidar com conceitos de economia e que se preocupa com as suas finanças pessoais e os efeitos da economia em seu cotidiano. No entanto, a inserção desse cidadão no conteúdo não ocorre.

O reconhecimento vem a partir das reportagens de consumo e de palavras empregadas como o termo “consumidor” no conteúdo. A quantidade de reportagens agrupadas na categoria *Consumidor* ficou acima daquelas colocadas na categoria *Mercado e Manifestações da crise*, sendo que essas últimas tiveram número equivalente. Mas a inserção do consumidor, enquanto agente social, que consome, que têm conflitos econômicos para contar e serem resolvidos, no período de crise, não é identificada. As fontes, bem como a exploração dos valores notícias, aliadas ao critérios de personalização e amplificação incluídos neste estudo reforçam esta conclusão.

Entre outras interferências nos resultados, está também o modelo de Jornalismo digital configurado nos últimos anos. Considerando que as reportagens analisadas dizem respeito ao meio online, as explanações de Helder Bastos (2012) neste estudo são confirmadas, uma vez que caracterizam o trabalho em redação digital como técnico demais em detrimento do caráter jornalístico que “sai para a rua” a fim de verificar melhor os fatos, fazer entrevistas e pluralizar os perfis pautados na notícia. Perfis esses muito limitados dentro das notícias estudadas aqui – já que se enxerga nelas apenas os profissionais da área de economia e de pesquisas econômicas. Pouco é explorado o perfil do consumidor como entrevistado.

As reportagens, em sua maioria, confirmam o cenário econômico nacional de crise, a partir da classificação dos títulos como “negativos”. Tal verificação dialoga também com a pesquisa aplicada por meio de formulário que conheceu um pouco mais dos hábitos de leitura dos consumidores na crise. A maioria dos entrevistados aumentou sua leitura sobre economia durante o período e destacou que o entendimento do conteúdo econômico foi possível apenas

parcialmente. Um apontamento que pode estar relacionado a esse resultado, poder ser justamente a impossibilidade de se identificar frente aos fatos relatados, já que esses fatos pouco personalizam o cidadão.

Fica em destaque também como característica desse Jornalismo de serviços analisado, as considerações de Kucinsky ao afirmar que o Jornalismo em economia passou a pensar muito mais nos mecanismos de produção e no processo geral de acumulação. A entrevista com os editores acorda com tais conceitos, já que apresentam o objetivo, enquanto jornalistas, de atingirem também o maior número de pessoas possíveis com as publicações, pensando bem mais na questão da audiência como condicionante para veiculação de notícias no meio digital.

Em suas particularidades, os veículos apontaram ainda uma estrutura de notícia diferente, pois o portal *GI* trabalha com um texto mais longo em relação ao portal *Exame* e ainda que as fontes diretas sejam poucas, elas são mais frequentes do que no portal *Exame*. Outro aspecto notório a partir do conteúdo analisado é a exploração visual da notícia: enquanto o *GI* personaliza um pouco mais as imagens que expõe, isso é praticamente inexistente no portal *Exame* que utiliza mais imagens ilustrativas, extraídas de banco de imagens com poucos rostos destacados.

Tais particularidades surpreendem na classificação entre especialização e não especialização consideradas desde o princípio para esta pesquisa. O que se nota com elas é que o portal eleito como especializado (cuja definição de especialização é considerada sob as explanações de Frederico de Mello Brandão Tavares) não atende às características gerais da especialização. A seção “Economia” desse portal não explora na estrutura da notícia e nem em sua cobertura as características de editoria especializada quanto ao detalhamento de informações. Mas vale ressaltar que por ser ela a mais direta na exposição de seu conteúdo, acaba dialogando com um público específico e mais instruído em economia. O que revela, uma contradição quando a editoria afirma ser escrita para um público amplo e mais geral.

Já a seção “Economia” do portal *GI*, por obedecer a uma tendência do site em ser mais generalista consegue diversificar mais em sua linguagem – ainda que tenha jargões – e incluir outros recursos gráficos além de fotografias, como tabelas, gráficos e vídeos. O portal cultiva esses suportes para esclarecimento de seu conteúdo e, assim, aumentam o fluxo de informações. Nesse sentido, em uma comparação pertinente, subtrai-se que a seção “Economia” do *GI* acaba tendo uma leve tendência a ter mais informações que a seção “Economia” do portal classificado como especializado, o *Exame*.

A linguagem nas reportagens analisadas, de maneira geral, é um pouco mais clara quando comparada à tradicional linguagem técnica de economia, típica do meio impresso. Nota-

se que o Jornalismo digital tem interferido nesta forma de tratar a economia no Jornalismo, pois, como afirma o editor de economia da *Exame* “a linguagem é para a internet”. Já o editor de economia do *GI* completa que tentam escrever de maneira mais didática possível. Ambos não possuem manual de redação.

O empecilho visto pelas reportagens, apesar desse trabalho dos veículos com a linguagem, é que o Jornalismo de serviços da análise ainda fala com e para, majoritariamente, os atuantes do mercado financeiro, instituições e empresas. O didatismo é manifesto, contudo, de forma tênue.

Considerando as *Manifestações da crise*, embora muitas reportagens façam menção ao período por meio dos intertítulos “crise”, por exemplo, e o conteúdo tenha relação direta com as consequências da recessão, como pautas de desemprego e do encarecimento dos alimentos, não é destrinchado suficientemente esses fatores como influenciadores de fatos que espelham um cenário negativo.

Entre os recursos típicos do meio online que a pesquisa sugere e recomenda aos veículos estão: maior exploração da figura do consumidor; inserção de sua visão ao assunto, sobretudo em pautas que levam a expressão “consumidor” nas chamadas; além de recursos gráficos produzidos pelo próprio veículo, principalmente no caso do portal especializado que carrega uma tradição típica da revista *Exame*, mas pouco conversa com a perspectiva da especialização. No caso do portal *GI*, a exploração de sua equipe e de sua disponibilidade de ir às ruas pode contribuir para aumentar a frequência desse perfil de cidadão ao conteúdo.

Finaliza-se, assim, reforçando a seguinte argumentação sobre as reportagens analisadas: a) elas identificam o perfil do cidadão consumidor como interessado naquele conteúdo a ser publicado; b) elas fazem referência ao cidadão consumidor no Jornalismo Econômico de serviços online, em um período de crise econômica; c) elas não se atentam para a inserção direta desse consumidor no conteúdo, após (a) e (b) e, assim, os portais colaboram em pôr à margem esse perfil, sua atuação social e sua importância no contexto de crise.

Assim como grandes instituições e grandes setores da economia, esse cidadão também teve seu universo interferido – e muito – pela oscilação do desempenho da economia brasileira e deveria ser considerado para que o Jornalismo Econômico não se desvincule do compromisso com o interesse público e não tenha uma atuação imobilizadora diante de seu compromisso de produzir informação como utilidade pública.

REFERÊNCIAS

ALEGRETTI, Laís. **Correção da tabela do IR não vai impactar arrecadação, diz Fazenda**. Portal *G1*. Disponível em:

<<http://G1.globo.com/economia/noticia/2016/05/correcao-da-tabela-do-ir-nao-vai-impactar-arrecadacao-diz-fazenda.html>>. Acesso em: 03 maio 2016.

ALEGRETTI, Laís. **Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos**. Portal *G1*. Disponível em:

<<http://G1.globo.com/economia/noticia/2016/04/governo-deve-reduzir-exigencias-para-empresas-em-leiloes-de-aeroportos.html>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

ALEXA. **Top Sites in Brazil**. Amazon. Disponível em:

<<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 02 fev. 2017.

ARIAS, Juan. **O que pode estar escondido sob a crise econômica do Brasil**. 2015.

Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/546143-o-que-pode-estar-escondido-sob-a-cri-se-economica-do-brasil>>. Acesso em: 10 jul. 2016. SIZA.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal: 4ª ed., 2009

BASILE, Sidnei. **Elementos de Jornalismo Econômico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

BASTOS, Helder. **A diluição do Jornalismo no ciberJornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia, [s.l.], v. 9, n. 2, p.284-298, 20 set. 2012. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p284/23346>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

BIONDI, Aloysio. **O Brasil privatizado**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Econômica: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

BRITO, Adriano. **Em 3 pontos: o que deu errado no governo Dilma**. 2016. BBC Brasil. Disponível em:

<http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160511_dilma_errado_ab>. Acesso em: 12 maio 2016.

CALDAS, Suely. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Contexto, 2008.

CALEIRO, João Pedro. **Brasil é primeiro lugar mundial em juros reais.** Portal *Exame*. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/brasil-e-primeiro-lugar-mundial-em-juros-reais/>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

CALEIRO, João Pedro. **No dia seguinte do impeachment, o que esperar da economia?** Portal *Exame*. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/no-dia-seguinte-do-impeachment-o-que-esperar-da-economia/>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

CALEIRO, João Pedro. **O peso de cada produto no bolso do consumidor em abril.** Portal *Exame*. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/o-peso-de-cada-produto-no-bolso-do-consumidor-em-abril-2-2/>>. Acesso em: 06 maio 2016.

CALEIRO, João Pedro. **Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses.** Portal *Exame*. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/inflacao-e-de-0-61-em-abril-e-acumula-9-28-em-12-meses/>>. Acesso em: 6 maio 2016.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2008

CARNEIRO, Mariana. **'Spread' brasileiro é 'anomalia', diz Mantega.** Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/41014-spread-brasileiro-e-anomalia-diz-mantega.shtml>>. Acesso em: 05 maio 2012.

CARVALHO, Carlos Eduardo. **As origens e a gênese do Plano Collor.** Nova *Economia*, [s.l.], v. 16, n. 1, p.101-134, abr. 2006. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-63512006000100003>. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-63512006000100003&lang=pt>. Acesso em: 04 jan. 2016.

CURY, Anay; CAOLI, Cristiane. **Alimentos subiram 129% em dez anos; cebola e batata dispararam.** Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/05/alimentos-subiram-129-em-dez-anos-cebola-e-batata-dispararam.html>>. Acesso em: 07 maio 2016.

CURY, Anay; CAOLI, Cristiane. **Comércio tem maior alta para fevereiro desde 2010, diz IBGE.** Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/04/comercio-cresce-12-em-fevereiro-mostra-ibge.html>>. Acesso em: 12 abr. 2016.

CURY, Anay; CAOLI, Cristiane. **Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016**, diz IBGE. Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/04/desemprego-fica-em-109-no-1-trimestre-de-2016.html>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

CURY, Anay; CAOLI, Cristiane. **Vendas do comércio no 1º trimestre têm a maior queda desde 2001**. Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/05/comercio-cai-09-em-marco-mostra-ibge.html>>. Acesso em: 11 maio 2016.

EXAME, Portal. **Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/noticias/confianca-do-consumidor-vai-ao-menor-nivel-historico>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

EXAME, Portal. **Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/noticias/conta-de-agua-ficara-mais-cara-para-clientes-da-sabesp>>. Acesso em: 12 abr. 2016.

EXAME, Portal. **Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/noticias/domesticas-tiveram-aumento-real-de-4-6-nos-salarios-em-2015>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

EXAME, Portal. **Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/mercado-ve-menos-inflacao-em-2016-e-2017-selic-deve-ficar-menor-no-ano-que-vem-mostra-focus/>>. Acesso em: 02 maio 2016.

EXAME, Portal. **Salário mínimo de R\$ 946 não é aumento real, destaca governo**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/noticias/salario-minimo-de-r-946-nao-e-aumento-real-destaca-governo>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

EXAME, Portal. **Vendas de supermercados crescem 8,44% em março**. Disponível em: <<http://Exame.abril.com.br/economia/vendas-de-supermercados-crescem-8-44-em-marco/>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2014.

FILGUEIRAS, Luiz. **O neoliberalismo no Brasil: estrutura, dinâmica e ajuste do modelo econômico**. In: CONSEJO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS SOCIALES, 2006,

Buenos Aires, p.179-206. Disponível em:

<<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/basua/C05Filgueiras.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

FOCO, Congresso em. **A íntegra do pedido de impeachment de Dilma apoiado pela oposição.** Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/a-integra-do-pedido-de-impeachment-de-dilma-apoiado-pela-oposicao/>>. Acesso em: 17 set. 2015.

GASPARIN, Gabriela. **Entenda como a crise de 2008 influenciou a vida dos brasileiros.** Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2011/09/entenda-como-crise-de-2008-influenciou-vida-dos-brasileiros.html>>. Acesso em: 15 set. 2011.

GI, Portal. **Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC.** Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/04/intencao-de-consumo-cai-55-e-atinge-menor-nivel-para-abril-diz-cnc.html>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

GI, Portal. **Preço de alimento e habitação sobe menos, e inflação em SP desacelera.** Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/04/preco-de-alimento-e-habitacao-sobe-menos-e-inflacao-em-sp-desacelera.html>>. Acesso em: 19 abr. 2016.

GLOBO, Jornal O. **Por 61 votos a 20, Dilma é afastada definitivamente da Presidência.** Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/por-61-votos-20-dilma-afastada-definitivamente-da-presidencia-20025502>>. Acesso em: 31 ago. 2016.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004

IBGE. **Em 2015, PIB cai 3,8% e totaliza R\$ 5,9 trilhões.** Pesquisa de Contas Nacionais Trimestrais. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias.html?view=noticia&id=1&idnoticia=3111&busca=1&t=2015-pib-cai-3-8-totaliza-r-5-9-trilhoes>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

IBGE. **Pesquisa Mensal de Emprego Fevereiro 2016.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Mensal_de_Emprego/fasciculo_indicadores_ibge/2016/pme_201602pubCompleta.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2016.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo:** O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **Paradoxos do Jornalismo Econômico**. Revista Adusp. São Paulo, n. 12, p. 13-16, dez. 1997. Disponível em < <http://www.adusp.org.br/revista/12/r12a03.pdf> > . Acesso em: 13 març. 2016.

LEITE, Pâmela Perez. **Jornalismo Econômico como exercício da cidadania: uma análise da divulgação econômica na mídia oficial e nos veículos Universo Online e O Estado de São Paulo**. 2010. 113 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2010.

MARTELLO, Alexandro. **Mercado financeiro baixa de novo previsão de inflação e vê piora do PIB**. Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/mercados/noticia/2016/04/mercado-financeiro-baixa-de-novo-previsao-de-inflacao-e-de-piora-do-pib.html>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

MÁXIMO, Welton. **Dilma vence em 15 estados, Aécio em 12**. 2016. Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-10/dilma-vence-em-15-estados-aecio-em-12>>. Acesso em: 26 out. 2014.

NAIME, Laura; CAOLI, Cristiane. **Taxa média de desemprego ficou em 8,5% em 2015, diz IBGE**. Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/03/taxa-media-de-desemprego-ficou-em-85-em-2015-diz-ibge.html>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de. **Profissão jornalista: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia**. 2005. 225 f. Tese (Mestrado) - Curso de Comunicação, Unesp, Bauru, 2005. Disponível em: <<https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/michelleroxo.pdf>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

PAULO, Desenvolvimento, Trabalho e Solidariedade da Prefeitura de São. **Globalização e Desemprego: Breve Balanço da Inserção Brasileira**. São Paulo, 2002.

PLANEJAMENTO, Ministério do. **Sobre o PAC**. Governo Federal. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/sobre-o-pac>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

PNAD. **PNAD Contínua: em novembro, taxa de desocupação foi de 11,9%.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias.html?view=noticia&id=1&idnoticia=3351&busca=1&t=pnad-continua-novembro-taxa-desocupacao-foi-11-9>>. Acesso em: 29 dez. 2016.

PORTO, Maria Célia da Silva. **Estado e neoliberalismo no brasil contemporâneo: implicações para as políticas sociais.** In: IV JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS, 2009, Universidade Federal do Maranhão, p. 1 - 9.

Disponível

em:

<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/eixos/1_Mundializacao/estado-e-neoliberalismo-no-brasil-contemporaneo.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2016.

PULITI, Paula. **História do Jornalismo Econômico no Brasil: do café ao tempo real.** Cásper Líbero, São Paulo, v. 16, n. 31, p.41-50, jun. 2013.

QUINTÃO, Aylê-salassié Figueiras. **O Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964.** Rio de Janeiro: Agir, 1987.

Rita. **Crise econômica no Brasil já é uma recessão técnica.** 2015. Disponível em:

<<https://www.publico.pt/mundo/noticia/crise-economica-no-brasil-ja-e-uma-recessao-tecnica-1706283>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

ROUSSEFF, Dilma. **Dilma abandona promessa eleitoral e privatiza petróleo brasileiro.** 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vX8allpFVvo>>. Acesso em: 11 out. 2013.

ROUSSEFF, Dilma. **Pronunciamento da presidenta Dilma 7 de Setembro.** 2012.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKWlYyBYI_s>. Acesso em: 06 set. 2012.

ROUSSEFF, Dilma. **Pronunciamento pelo Dia Internacional da Mulher.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5kxxoVeOwg>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

SADER, Emir (Org.). **10 anos de governos pós-neoliberais no Brasil: Lula e Dilma.** Rio de Janeiro: Boitempo, 2013. Disponível em:

<<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20130610051040/LulaeDilma.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2016>.

SALLUM JUNIOR, Brasílio. **Crise política e impeachment.** Novos Estudos, São Paulo, n. 105, p.182-203, jul. 2016.

SILVA, Gislene et al (Org.). **Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Bahia; Brasília: Edufba, 2011. Disponível em: <<http://www.sisbin.ufop.br/novoportal/wp-content/uploads/2015/03/JORNALISMO-CONTEMPORANEO.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

SILVEIRA, Ramais de Castro. **Neoliberalismo: conceitos e influências no Brasil - de Sarney a FHC**. 2009. 176 f. Tese (Mestrado) - Curso de Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16218/000694385.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 17 dez. 2016.

SINGER, André. **Cutucando onças com varas curtas: o ensaio desenvolvimentista no primeiro mandato de Dilma Rousseff**. *Novos Estudos*, São Paulo, n. 102, p.42-71, jul. 2015. Disponível em: <http://novosestudos.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/content_1604/file_1604.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-Jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O Jornalismo especializado e a especialização periodística**. *Estudos em Comunicação*, Região Sul, n. 5, p.115-133, maio 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis, Editora Insular. 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005. (Volume II).

TREVIZAN, Karina. **Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa**. Portal *GI*. Disponível em: <<http://GI.globo.com/economia/noticia/2016/05/consumo-em-supermercados-voltou-ao-nivel-de-2010-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 02 maio 2016.

VERSIGNASSI, Alexandre. **Crash**. 2. ed. São Paulo: Leya, 2015.

APÊNDICE A – ANÁLISE INDIVIDUAL DAS NOTÍCIAS

EX 1

Data: 27/04/2016

Título da reportagem: Brasil é primeiro lugar mundial em juros reais.

Linha fina: A Selic não teve alta hoje e continua no mesmo patamar há quase um ano, garantindo ao Brasil o primeiro lugar mundial absoluto em juros reais.

Serviço destacado: Juros.

Jargões econômicos que se sobressaem: Selic; juros nominais; inflação.

Principais Fontes: Comitê de Política Monetária do Banco Central (Copom).

Presença de personagem: Não.

Presença de fotos ou vídeos: Sim. Ilustração de banco de imagem e uma tabela (ranking).

Tamanho: 1043 caracteres com espaço.

Observações Gerais: Trata-se de uma reportagem sobre os juros que apresenta dados e compara as taxas de juros brasileiros com outros países do mundo a fim de contar que o Brasil ocupa o primeiro lugar mundial em juros reais. Há presença constante de índices. Pouca preocupação com o conceito dos jargões que apresenta. Um exemplo disso é o trecho: “Nossa taxa de juros reais, que desconta dos juros nominais a inflação dos últimos 12 meses, está em 4,44%. Em segundo vem a Rússia, com 3,45%.” Conteúdo assinado por repórter da redação.

Categoria a que pertence: Mercado

EX 2

Data: 26/04/2016

Título da reportagem: Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico.

Linha fina: Segundo a FGV, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) caiu 2,7 pontos em abril e foi a 64,4 pontos.

Presença de fotos ou vídeos: Sim. Apenas uma foto de banco de imagens *Thinkstock*.

Serviço destacado: Consumo.

Jargões econômicos que sobressaem: O Índice de Confiança do Consumidor (ICC); Índice de Expectativas (IE); Índice da Situação Atual (ISA).

Principais Fontes: FGV; nota da coordenadora Viviane Seda Bittencourt vinculada à FGV.

Presença de personagem: Não

Tamanho: 1120 caracteres com espaço.

Observações Gerais: Trata-se de uma reportagem sobre a confiança do consumidor na hora de ir às compras. Há exposição de índices que comprovam que a confiança das pessoas diminuiu na hora de comprar, no entanto, não há inserção de consumidor no conteúdo. Apesar disso, o interessante é que a reportagem associa o fato à crise econômica brasileira como mostra o trecho: “O cenário de incerteza na economia brasileira, que enfrenta forte recessão, vem sendo agravado pela perspectiva de troca de governo depois que a Câmara dos Deputados aprovou a continuidade do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff”. Imagem usada apenas ilustra a matéria, pouco informa. Conteúdo assinado como “da redação”.

Categoria a que pertence: Consumo e Manifestações da crise

EX 3

Data: 12/04/2016

Título da reportagem: Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp.

Linha fina: Segundo justificou a Artesp, a correção corresponde à inflação anual medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que atingiu 9,39%.

Presença de fotos ou vídeos: Sim. Apenas uma foto de divulgação.

Serviço destacado: Consumo.

Jargões econômicos que sobressaem: inflação anual; Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA),

Principais Fontes: Arsesp;

Presença de personagem: Não

Tamanho: 1745 caracteres com espaço

Observações Gerais: Trata-se de uma reportagem que informa aos consumidores que não haverá mais descontos nas contas de água mesmo para aqueles que fazem redução no consumo. Embora a linha fina ressalta um índice para justificar o problema apresentado no título, o conteúdo articula outras informações, é bem claro com pouco uso de jargões econômicos e com aspecto informativo ao consumidor em evidência explicando o antes e depois da mudança com uma linguagem direta como apresentado no trecho: “Além do reajuste, os clientes que vinham sendo beneficiados por descontos mediante a redução no consumo não vão mais contar com o programa de bônus”. Reportagem assinada pela redação do portal *Exame*.

Categoria a que pertence: Consumo e Mercado

EX 4**Data:** 25/04/2016**Título da reportagem:** Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015**Linha fina:** Durante os 11 anos da pesquisa, os salários das empregadas apresentam aumentos consecutivos.**Presença de fotos ou vídeos:** Sim. Apenas uma foto de banco de imagem.**Serviço destacado:** Salário.**Jargões econômicos que sobressaem:** inflação; aumento real.**Principais Fontes:** Seade; Alexandre Loloian (economista).**Presença de personagem:** Não.**Tamanho:** 2011 caracteres com espaço.

Observações Gerais: Trata-se de uma reportagem que ressalta a categorias das domésticas como a única, em cenário de crise, a receber um aumento real. Os índices de institutos de pesquisas são usados moderadamente, a fim de sustentar o conteúdo apresentado na linha fina. No entanto, a reportagem trabalha apenas com uma fonte direta, sem contraposição de informações. O conteúdo econômico é claro, mas a doméstica como objeto de preocupação jornalística não é identificada como fonte na reportagem que é assinada com a expressão “da redação” da *Exame*.

Categoria a que pertence: Mercado e Manifestações da crise

EX 5

Data: 06/05/2016

Título da reportagem: Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses.

Linha fina: Reajuste de remédios foi responsável por um terço do índice mensal, que acelerou em relação a março.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Uma fotografia da agência de notícia Bloomberg; duas tabelas de projeção de inflação do Boletim Focus.

Serviço destacado: Reajuste de alimentos, bebidas e remédios.

Jargões econômicos que sobressaem: inflação; IPCA; bandeira tarifária.

Principais Fontes: IBGE; Banco Central; Boletim Focus.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 1796 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem informa sobre a inflação para o mês de abril de 2016 e a compara com o índice de março, apresentando os grupos responsáveis pela alta do mês. Embora a reportagem use dados que reforcem o título e linha fina, em nenhum momento relaciona-se os índices com impactos possíveis aos consumidores daquela informação. A preocupação é apenas apresentar os dados. Observa-se um certo descuido com o conceito de jargões como o IPCA que nas ocasiões em que aparece não tem sua sigla detalhada como Índice Nacional de Preços ao Consumidor. O trecho a seguir deixa isso evidente: “Além disso, já acabou o ciclo de reajuste dos preços administrados que pressionou o IPCA na primeira metade do ano passado. O repórter da *Exame* assina a reportagem.

Categoria a que pertence: Consumo.

EX 6

Data: 02/05/2016

Título da reportagem: Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus.

Linha fina: A pesquisa Focus divulgada pelo Banco Central nesta segunda-feira mostrou que os economistas consultados passaram a ver a Selic a 11,75% no final de 2017.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Sim. Apenas uma foto com créditos à Reuters.

Serviço destacado: Juros e inflação.

Jargões econômicos que sobressaem: taxa básicas de juros; Selic; IPCA; inflação.

Principais Fontes: Comitê de Política Monetária (Copom); Pesquisa Focus (BC).

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 1835 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem apresenta ao leitor o tema redução da inflação ao longo de 2016 e 2017 a partir de uma pesquisa Focus, documento divulgado pelo Banco Central. Entretanto, não há preocupação em conceituar o termo Selic, ainda que sua definição apareça por meio da expressão “taxa básica de juros”, ambos não são relacionados. Compete apenas a alguém instruído na área, que tenha conhecimento dos conceitos, ler com clareza a notícia. Outro conceito cuja definição não é explorada, mais uma vez, é o IPCA. A todo o momento há citação de índices, apresentando estimativas. A imagem explorada na reportagem apresenta um consumidor no supermercado, mas não há reforço desse agente social no conteúdo. Essa reportagem é assinada pela redação.

Categoria a que pertence: Mercado

EX 7**Data:** 18/04/2016**Título da reportagem:** No dia seguinte do impeachment, o que esperar da economia?**Linha fina:** Com possibilidade cada vez menor de Dilma terminar mandato, olhos se voltam para capacidade de Michel Temer entregar reformas e recuperar credibilidade.**Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas:** Sim. Apenas uma foto com créditos à Bloomberg.**Serviço destacado:** Crescimento econômico.**Jargões econômicos que sobressaem:** swap; déficit primário; ajustes fiscais; repactuação inversa.**Principais Fontes:** Alexandre Schwartzman (ex-diretor BC); Reuters; Alex Agostini, (economista-chefe da Austin Ratings); Consultoria Internacional de Segurança Stratfor; Folha.**Presença de personagem:** Não.**Tamanho:** 3915 caracteres com espaço.**Observações Gerais:** A reportagem emerge diante do acontecimento do dia anterior em que foi votado na Câmara dos Deputados o impeachment da presidente Dilma Rousseff. O conteúdo organiza quais seriam, a partir de então, as preocupações na economia. Entre elas apresenta em subtítulos: a equipe; as medidas e os desafios econômicos. Para destrinchar cada item, o portal *Exame* se vale do conteúdo publicado pela agência de notícia Reuters, além da Folha como revela o trecho: “[...] chefe do BC no governo Lula. Ilan Goldfajn, economista-chefe do Itaú, estaria cotado para o BC, segundo a Folha”. Nota-se que as fontes de informações variam, então, entre agências e entrevistados diretos. Alguns conceitos econômicos, novamente, não são definidos no texto, entre eles *swap* e déficit primário. A fotografia utilizada não complementa muito o cunho futurista do assunto, apenas faz referência à Câmara dos Deputados, onde o impeachment foi votado. O conteúdo foi articulado por repórter da *Exame*.**Categoria a que pertence:** Manifestações da crise

EX - 8

Data: 06/05/2016

Título da reportagem: O peso de cada produto no bolso do consumidor em abril

Linha fina: Remédios foram o principal impacto individual no IPCA, enquanto contas de energia elétrica ficaram mais baratas.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Sim. 10 imagens, entre reprodução e banco de imagens, constituem a reportagem.

Serviço destacado: Alta dos preços.

Jargões econômicos que sobressaem: inflação; bandeira tarifária; IPCA.

Principais Fontes: Banco Central.

Presença de personagem: Não

Tamanho: 991 caracteres com espaço.

Observações Gerais: O portal utiliza nesta reportagem um recurso de apresentação de imagens seguidas. Nelas há vários alimentos e serviços cujos preços prometem aumentar de acordo com estimativas. Contudo, nenhum texto os acompanha. A reportagem apenas elucida o grupo de produtos que teve preços elevados – como os remédios – e ressalta por meio das taxas aquele cujo índice de inflação diminuiu – como o setor de energia elétrica. A informação apresenta-se como imprecisa em alguns momentos como no trecho “Dos 9 grupos monitorados, 6 tiveram baixa e 3 tiveram alta em relação ao mês anterior”, mas o repórter não especifica quais são esses grupos. Há uma relação com a crise mais uma vez quando o trecho “A apósta [SIC] do mercado e do Banco Central é que o desemprego e a queda dos salários ajudem a segurar os preços de forma mais intensa daqui em diante” surge. Essa é uma reportagem também assinada pelo repórter do site *Exame*.

Categoria a que pertence: Consumo

EX - 9

Data: 18/04/2016

Título da reportagem: Salário mínimo de R\$ 946 não é aumento real, destaca governo.

Linha fina: “Vale salientar que, para 2017, não haverá correção real do valor do salário mínimo, pois essa [correção] corresponde ao crescimento real do PIB”.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Apenas uma imagem da Usp Imagens.

Serviço destacado: Salário Mínimo.

Jargões econômicos que sobressaem: Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC). Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF); alíquotas; correção real.

Principais Fontes: Secretaria de Orçamento Federal do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Projeto de Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) 2017.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 2995 caracteres com espaço.

Observações Gerais: Ao ter como tema o salário mínimo, a reportagem baseia-se mais em fontes indiretas do que diretas. Nesta reportagem não houve nenhuma fonte direta mencionada. Embora o tema seja sobre salário mínimo, fica evidente uma exposição de informações que se preocupa mais com as contas públicas do que com a quem é destinado esse serviço do salário mínimo. O trecho a seguir comprova isso: “A proposta prevê ainda aumento permanente de receita de R\$ 21,4 bilhões em razão do crescimento real da atividade econômica, levando-se em conta projeções de expansão de 1% do PIB; de 9,85% das vendas de veículos; de 15,67% no volume de importações; de 8,31% no volume de aplicações financeiras e de 4,1% nas vendas de bebidas”. Os índices de arrecadação do governo terminam por adquirir protagonismo no conteúdo e o assunto proposto pelo título é focado minimamente. Reportagem assinada por “da redação”.

Categoria a que pertence: Mercado

EX - 10

Data: 27 de abril de 2016

Título da reportagem: Vendas de supermercados crescem 8,44% em março

Linha fina: Sobre março de 2015, houve alta de 4,16% e, no acumulado do primeiro trimestre de 2016, de 1,18%.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Apenas uma imagem do banco *Thinkstock*

Serviço destacado: Vendas nos supermercados.

Jargões econômicos que sobressaem: acumulado; IPCA;

Principais Fontes: IBGE; Departamento de Economia e Pesquisa da Associação Brasileira de Supermercados (Abras); Fernando Yamada (presidente Abras).

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 1940 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem traz o tema das vendas em supermercados apresentando o índice de aumento das vendas no mês de março de 2016. Com um viés positivo, a reportagem compara a taxa de crescimento com anos anteriores, preocupando-se em definir o significado dos índices no conteúdo. Há apenas uma fonte direta, indicando uma tendência do portal a dar prioridade aos relatórios e pesquisas governamentais. Identifica-se a pouca recorrência dos jargões nesta reportagem e o interesse em dialogar diretamente com o cidadão consumidor como fica manifesto no trecho: “Entre os itens que ficaram mais caros estão o leite longa vida, cerveja, detergente líquido para louças e açúcar. Já entre os produtos em queda estão a cebola, xampu, sabonete e tomate”. O conteúdo ainda se relaciona com a crise econômica do momento para justificar as variações de preços, algo que colabora com a contextualização do leitor. A reportagem é assinada com a expressão “Da redação”.

Categoria a que pertence: Consumo e Manifestações da Crise.

G 1

Data: 07/05/2016

Título da reportagem: Alimentos subiram 129% em dez anos; cebola e batata dispararam.

Linha fina: Problemas climáticos e aumento da demanda explicam alta dos preços. Veja itens que tiveram maiores altas de preços no período.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: A reportagem conta com um vídeo de abertura de 1m43s, produzido por uma repórter do *GI*. Há também uma fotografia (creditada) e duas listas que descrevem a porcentagem da alta dos preços por produto.

Serviço destacado: Alta de alimentos.

Jargões econômicos que sobressaem: IPCA; inflação oficial.

Principais Fontes: IBGE; Eulina Nunes, coordenadora de índice de preços do IBGE.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 2758 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem apresenta o tema da alta dos preços dos alimentos e ilustra a categoria de Jornalismo de serviços em economia, uma vez que informa sobre o consumo e detalha o aumento de alguns produtos de interesse ao consumidor. Prova disso é o trecho: “Por outro lado, para quem gosta de peixes a notícia é boa: o peroá, o pintado e o linguado ficaram mais baratos nos últimos dez anos. As quedas de preços foram de 23,15%, 8,48% e 0,64%, respectivamente – boas ideias para quem quer economizar no cardápio de casa”. A presença de jargões econômicos é praticamente inexistente e nota-se até uma linguagem um pouco mais descontraída em “boas ideias para quem quer economizar”. No entanto, os índices e taxas são bastante explorados no conteúdo a fim de validar a alta de preços. Há a contextualização do que anda acontecendo com a demanda de produtos no Brasil e no mundo. O vídeo colabora para reforçar esse contexto, com o depoimento de Eulina. A fotografia dialoga com o conteúdo e explora um caixa de supermercado – um símbolo dos preços, em geral. Duas repórteres do *GI* assinam a reportagem.

Categoria a que pertence: Consumo.

G 2

Data: 12/04/2016

Título da reportagem: Comércio tem maior alta para fevereiro desde 2010, diz IBGE.

Linha fina: Avanço foi de 1,2% na comparação com o mês anterior. Apesar da alta em fevereiro, no ano, o varejo acumula perdas de 10,1%.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Na reportagem há uma fotografia em reprodução, um vídeo de 49 segundos com depoimento de uma fonte direta e um gráfico cuja fonte é o IBGE.

Serviço destacado: Melhora no comércio

Jargões econômicos que sobressaem: massa real de salários; inflação.

Principais Fontes: IBGE; Isabella Nunes, gerente de serviços e comércio do IBGE.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 3462 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem conta sobre duas situações: a alta do comércio brasileiro, no entanto, com acúmulo de perdas para o varejo. Faz menção às taxas que são divulgadas por órgãos oficiais, mas essas são articuladas pelas explicações das fontes, seja em vídeo ou por texto. O conteúdo apoia-se na divisão por intertítulos a fim de comparar a situação do comércio no momento atual com o ano anterior, além de apresentar o volume de vendas por região. Mas não há uma contextualização muito clara sobre as causas dessa variação. A linguagem se mantém objetiva, mesmo que alguns jargões de economia apareçam no vídeo sem definição clara. No vídeo, ainda, a fonte se refere ao trabalhador – mas o contexto prejudica a compreensão. A fotografia pouco colabora para expressar a alta comercial e apenas enfatiza o consumo. A reportagem é assinada por repórteres do *GI*.

Categoria a que pertence: Consumo.

G 3

Data: 02/05/2016

Título da reportagem: Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa.

Linha fina: Mesmo assim, consumidores elegem produtos dos quais não abrem mão. Número de idas ao supermercado por domicílio caiu de 85 para 81 vezes.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Sim. Uma fotografia registrada pela repórter que assina a reportagem.

Serviço destacado: Consumo nos supermercados.

Jargões econômicos que sobressaem: Crescimento nominal; variação real; inflação; queda real.

Principais Fontes: Pesquisa da Associação Paulista de Supermercados (APAS), Christine Pereira (Kantar Worldpane); Nielsen.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 3686 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem alerta para a diminuição do volume de compras dos consumidores que se dirigem aos supermercados. Para isso, apresenta os hábitos de consumo de segmentos sociais como a classe C e caracteriza as nuances desses hábitos com a chegada da crise econômica. A fotografia que acompanha a reportagem é do Congresso de Gestão Internacional APAS 2016, local do tema discutido e é de autoria da repórter. Não há muitos jargões de economia, no entanto, aqueles que aparecem são poucos conceituados dentro do texto. Nota-se a preocupação, contudo, em contextualizar o motivo pelo qual os consumidores têm priorizado compras básicas no lugar de produtos mais sofisticados. Isso é notório pelo intertítulo: “Crise econômica e o setor”. Além disso, verifica-se empenho textual em listar quais tipos de compras tiveram queda. O trecho “compra de refrigerantes em geral, por exemplo, caiu 5%, ao mesmo tempo que a de água de coco subiu 11%. Outro exemplo é o da margarina, que teve queda de 1,2% nas vendas enquanto a manteiga teve alta de 10%. Já a compra de leites comuns caiu 6%, enquanto os produtos com menor quantidade de lactose subiu 78%” ilustra esse empenho. Apesar de acessibilizar a mensagem ao consumidor claramente, há ênfase mais às instituições, isso é comprovado pela ausência de agente social que faça compras e consuma em supermercados. Reportagem assinada por repórter do *GI*.

Categoria a que pertence: Consumo e Manifestações da Crise

G 4

Data: 03/05/2016

Título da reportagem: Correção da tabela do IR não vai impactar arrecadação, diz Fazenda.

Linha fina: Secretário-executivo diz que proposta vai prever medida compensatória. No domingo (1º), Dilma propôs correção de 5% na tabela do IRPF.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Uma ilustração seguida de um box de serviços sobre todas as dúvidas do consumidor em relação ao IR. Recurso típico do meio online.

Serviço destacado: Imposto de Renda.

Jargões econômicos que sobressaem: Medidas compensatórias; tributos; lucro presumido; alíquota; déficit.

Principais Fontes: Dyogo Henrique de Oliveira (Ministério da Fazenda); Fernando Mombelli (Receita Federal).

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 2844 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem informa aos consumidores que a correção na tabela do Imposto de Renda não afetará a arrecadação. A linguagem é clara, mas a presença dos jargões econômicos cujas definições não são exploradas no texto, dificulta a compreensão, por exemplo, na passagem: “o aumento de 0,38% para 1,1% a alíquota do Imposto Sobre Operações Financeiras (IOF) cobrado na aquisição das moedas”. Sobre a contextualização, a reportagem se preocupa em enfatizar que o período é de crise econômica e política como se observa no trecho: “processo de impeachment contra Dilma e, se ela for aceita, a presidente será afastada do cargo por até 180 dias”. Compreende no conteúdo as taxas de ajuste e informações da arrecadação em reais, além da caracterização dos grupos e programas que terão reajuste na época como beneficiários do “Bolsa Família” e o programa “Mais Médicos”. Ainda assim, não há consumidores contando seu ponto de vista no conteúdo e a atenção é voltada para as entidades responsáveis pelos ajustes. A repórter do *GI* assina a reportagem de Brasília.

Categoria a que pertence: Consumo e Manifestações da Crise

G 5

Data: 29/04/2016

Título da reportagem: Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016, diz IBGE.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Uma foto da agência de notícia Reuters. Um gráfico do IBGE sobre o desemprego no primeiro trimestre de 2012 a 2016 e um vídeo de 1min4s de duração com fala do coordenador de trabalho e rendimento do IBGE.

Serviço destacado: Desemprego.

Jargões econômicos que sobressaem: Pnad Contínua; componente sazonal; índice de efetivação.

Principais Fontes: Cimar Azeredo, coordenador de trabalho e rendimento do IBGE.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 3494 caracteres com espaço.

Observações Gerais: Baseada em dado divulgado pelo IBGE, a reportagem informa sobre o elevado índice de desemprego – taxa de 10,9% - que não atingiu esse patamar desde 2012. Os recursos gráficos são bem explorados, uma vez que, o gráfico do IBGE permite ao leitor comparar os índices de desemprego e o vídeo permite conhecer o posicionamento de Azeredo. Entretanto, a reportagem faz uma apresentação de taxas comparando com períodos anteriores. Apesar de apontadas algumas causas para os índices de desemprego atingirem o número apresentada no título, não há uma contextualização aprofundada dos motivos pelos quais o número de pessoas desocupadas aumentou. Muitos jargões se encontram na fala dos entrevistados, mas não há preocupação em destrinchá-los para apontar suas definições como acontece em: “Tem componente sazonal atuando de forma bastante efetiva, que é: as pessoas que foram contratadas temporariamente foram dispensadas [...]”. Em síntese, a reportagem caracteriza por meio de taxas os períodos entre os anos 2015 e 2016, principalmente, com base no tema desemprego.

Categoria a que pertence: Mercado e Manifestações da Crise

G 6

Data: 19/04/2016

Título da reportagem: Preço de alimento e habitação sobe menos, e inflação em SP desacelera.

Linha fina: IPC-Fipe passou de 0,94% para 0,75% na segunda prévia de abril. Variação de preços de roupas e saúde ganhou força, na contramão.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Uma foto de consumidora fazendo compra creditada da TV Globo.

Serviço destacado: Preço dos alimentos.

Jargões econômicos que sobressaem: IPC (Índices de Preço ao Consumidor); inflação

Principais Fontes: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe);

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 809 caracteres com espaço

Observações Gerais: A notícia é breve em relação às demais. Diz respeito à inflação em São Paulo, especificamente ao preço de alimentos, habitação e transporte que avançaram um pouco menos neste estado no período de abril. Há poucos jargões presentes no conteúdo, a imagem que acompanha a reportagem atende à perspectiva do consumo e assinatura do texto é apresentada por meio da expressão “Do *GI*, em São Paulo”.

Categoria a que pertence: Consumo

G 7**Data:**20/04/2016**Título da reportagem:** Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC.**Linha fina:** Índice chegou à mínima histórica com 73,2 pontos, numa escala de 0 a 200.Região Norte teve a maior retração, de 11,2%.**Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas:** Apenas uma fotografia atribuída à reprodução da Rede Amazônica Acre.**Serviço destacado:** Intenção de consumo.**Jargões econômicos que sobressaem:** IPC (Índices de Preço ao Consumidor); varejo ampliado; mínima histórica; conceito restrito.**Principais Fontes:** Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).**Presença de personagem:** Não.**Tamanho:** 2055 caracteres com espaço.**Observações Gerais:** Nesta reportagem, a informação principal é sobre a diminuição da intenção de consumo dos brasileiros em abril. É feita menção à crise, mas não há contextualização. O trecho “maior parte das famílias, 74,8%, considera o momento desfavorável para adquirir esse tipo de bem” comprova tal percepção e também “Dentre 18 mil entrevistados, 47,1% consideram negativo o cenário para os próximos seis meses”. Não é desmembrados os motivos para que essas circunstâncias ganhem forma. O conteúdo ainda faz previsões para 2016, apontando que esse mesmo índice tende a cair ainda mais. Vários setores recuaram e a redação se preocupa em apresentar os índices que reforcem a queda. Dessa vez, os jargões quando aparecem são esclarecidos. Há apenas uma fonte indireta oficial e não há presença de consumidores como fontes ou personagens da notícia. A assinatura da reportagem é apresentada por meio da expressão “Do *GI*, em São Paulo”.**Categoria a que pertence:** Consumo

G 8**Data:** 27/04/2016**Título da reportagem:** Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos.**Linha fina:** Mudança ocorre após determinação do Tribunal de Contas da União. Serão leiloados terminais de Fortaleza, Porto Alegre, Salvador e Florianópolis.**Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas:** A reportagem contém uma tabela sobre a movimentação dos aeroportos leiloados em passageiros por ano.**Serviço destacado:** Leilão de aeroportos.**Jargões econômicos que sobressaem:** valor projetado; concessão; previsão de investimentos**Principais Fontes:** Tribunal de Contas da União (TCU); Serviço de Aviação Civil (SAC); Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).**Presença de personagem:** Não.**Tamanho:** 2472 caracteres com espaço.**Observações Gerais:** A reportagem informa que o Governo passou a reduzir as exigências para o leilão de alguns aeroportos no país, contudo, não apresenta a contextualização da venda - os motivos que levam o governo a tomar essa iniciativa. Talvez a crise econômica pudesse ajudar em tal explicação. Embora não haja muitos jargões econômicos de difícil compreensão, aqueles que surgem têm seus significados dedutíveis ao longo da leitura. A tabela organiza alguns dados também comentados no texto e os apresenta de maneira clara e objetiva. Não há registros de fontes entrevistadas, apenas os órgãos oficiais. Mesmo sendo um conteúdo de interesse geral e especial para aqueles que residem nos estados dos aeroportos leiloados, a reportagem se volta para as instituições governamentais e para os critérios de alerta às empresas. Prova disso é o intertítulo “Critério” e o trecho: “A SAC e a Anac ainda trabalham em outros pontos do edital, como a previsão de investimentos”. Em síntese, não é notória o direcionamento do conteúdo mais às entidades do que à população geral. Quem assina o conteúdo é repórter da redação também.**Categoria a que pertence:** Mercado.

G 9

Data: 11/05/2016

Título da reportagem: Vendas do comércio no 1º trimestre têm a maior queda desde 2001.

Linha fina: Recuo acumulado de janeiro a março é de 7%, segundo o IBGE. Varejo também teve a maior queda para março desde 2003.

Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas: Uma fotografia que dialoga com o tema ao mostrar vários preços e uma consumidora dentro de um supermercado. Um gráfico do IBGE que apresenta as vendas no varejo no primeiro trimestre de 2016 e um vídeo de 57s de duração que mostra uma das fontes, Isabella Nunes, falando sobre as causas para a queda das vendas.

Serviço destacado: Queda de vendas comerciais.

Jargões econômicos que sobressaem: inflação; crédito; renda real; índice nacional; receita nominal; comércio varejista ampliado; taxa do varejo.

Principais Fontes: (IBGE); Isabella Nunes; Pesquisa Mensal de Comércio; IBGE em nota.

Presença de personagem: Não.

Tamanho: 3512 caracteres com espaço.

Observações Gerais: A reportagem se estrutura em subtítulos para explicar a queda das vendas do comércio varejista. Primeiramente, conta sobre a taxa de queda em 7% das vendas de acordo com o IBGE. Em seguida, no gráfico, relaciona a variação dessa mesma taxa ao longo dos anos, desde 2001. Recorre à fonte do IBGE, Isabella, para explicar as causas do recuo tanto em vídeo, quanto em texto, além de comparar a diminuição com o ano anterior, analisar a queda do comércio por estados, a receita e o comércio varejista ampliado. Embora não faça alusão direta à crise, fica a cargo da fonte direta comentar que a queda tem a ver com fatores decorrentes da crise, como o desemprego e a alta inflação. A contextualização é pouca. Os jargões são muitos em relação à média apresentada pelas outras reportagens do *GI*. Alguns são explicados como é o caso de: “comércio varejista ampliado, que inclui, além do varejo, as vendas de veículos, motos, partes e peças e de material de construção”, outros não como no trecho “A receita nominal caiu 0,4% sobre fevereiro”. Articulado pelas repórteres do *GI* que assinam a matéria, o conteúdo se contrapõe à reportagem publicada em 12/04/2016, praticamente um mês depois a essa. A fonte direta é a mesma utilizada, no entanto, a temática dessa se refere à queda, enquanto àquela ao crescimento (ver G2).

Categoria a que pertence: Consumo e Manifestações da Crise

G 10**Data:** 11/04/2016**Título da reportagem:** Mercado financeiro baixa de novo previsão de inflação e vê piora do PIB.**Linha fina:** Previsão dos analistas para IPCA deste ano passou de 7,28% para 7,14%. Expectativa do mercado de recuo do PIB piora para 3,77% em 2016.**Presença de fotos, vídeos, gráficos ou tabelas:** Dois gráficos do Banco Central: um sobre previsões do IPCA para 2016 e outro sobre a previsão do PIB.**Serviço destacado:** Inflação e PIB.**Jargões econômicos que sobressaem:** PIB; inflação; IPCA; taxa de juros; taxa de câmbio; Selic; balança comercial; superávit; metas de inflação; pressões inflacionárias;**Principais Fontes:** Banco Central; Relatório Focus.**Presença de personagem:** Não.**Tamanho:** 3558 caracteres com espaço.**Observações Gerais:** O conteúdo apresenta estimativas dos economistas para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo e para o Produto Interno Bruto, o PIB. Foca na divulgação feita pelo Banco Central apresentando índices de inflação e se aprofunda na explicação que diz respeito ao uso das taxas de juros como instrumento para conter inflação, posto no trecho: “As taxas mais altas tendem a reduzir o consumo e o crédito, o que pode contribuir para o controle dos preços”. Os gráficos são do Banco Central e acompanham título. Contudo, alguns jargões são diluídos no texto sem explicação como é o caso de “taxa de câmbio”, “balança comercial”, “superávit” e “Selic”. Apesar de serem citados os economistas, não há nenhuma fonte direta na reportagem. Entre as reportagens esta foi a que teve mais jargões e menos exploração de seus conceitos. Mesmo com o conteúdo apresentando dados e valores em reais que impactam diretamente a economia e seus componentes, o mercado financeiro se torna o objeto de preocupação jornalística no conteúdo, mais do que agentes propriamente impactados por ele. Reportagem assinada por repórter do *GI*.**Categoria a que pertence:** Mercado

APÊNDICE B²⁰ – AGRUPAMENTO DAS NOTÍCIAS EM CATEGORIAS

Quadro 2 – Agrupamento das notícias em categorias

Categoria de Análise	Reportagem²¹ (título)
Consumidor	Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses O peso de cada produto no bolso do consumidor em abril Vendas de supermercados crescem 8,44% em março Alimentos subiram 129% em dez anos; cebola e batata dispararam Comércio tem maior alta para fevereiro desde 2010, diz IBGE Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa Correção da tabela do IR não vai impactar arrecadação, diz Fazenda Preço de alimento e habitação sobe menos, e inflação em SP Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC Vendas do comércio no 1º trimestre têm a maior queda desde 2001
Mercado	Brasil é primeiro lugar mundial em juros reais Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015 Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus Salário mínimo de R\$ 946 não é aumento real, destaca governo Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016, diz IBGE Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos Mercado financeiro baixa de novo previsão de inflação e vê piora do PIB
Manifestações da Crise	Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015 No dia seguinte do impeachment, o que esperar da economia? Vendas de supermercados crescem 8,44% em março Consumo em supermercados voltou ao nível de 2010, diz pesquisa Correção da tabela do IR não vai impactar arrecadação, diz Fazenda Vendas do comércio no 1º trimestre têm a maior queda desde 2001 Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016, diz IBGE

Fonte: Elaborado pela autora.

²⁰ Existem reportagens que foram consideradas em mais de uma categoria.

²¹ Para consultar as reportagens na íntegra ver **Anexo A**, em CD, que acompanha o final deste trabalho.

ANEXO A

NOTÍCIAS ANALISADAS

Brasil é primeiro lugar mundial em juros reais

exame.abril.com.br/economia/brasil-e-primeiro-lugar-mundial-em-juros-reais/

ECONOMIA

A Selic não teve alta hoje e continua no mesmo patamar há quase um ano, garantindo ao Brasil o primeiro lugar mundial absoluto em juros reais

Por [João Pedro Caleiro](#)

access_time 27 abr 2016, 20h02



Moedas e seta (Orlando florin Rosu/Thinkstock)

São Paulo – O Brasil é campeão mundial em **juros** reais mesmo com a manutenção da **Selic** em 14,25% **anunciada hoje** pelo Comitê de Política Monetária do Banco Central (**Copom**).

As informações são de um ranking de 40 países **formulado pela Infinity Asset Management e o site MoneYou**.

Nossa taxa de juros reais, que desconta dos juros nominais a inflação dos últimos 12 meses, está em 4,44%. Em segundo vem a Rússia, com 3,45%.

Em último estão Hong Kong (-2,18%), Bélgica (-2,19%) e Venezuela (-57,44%). A média dos países é negativa em 1,1%.

Se for considerada a inflação projetada para os 12 meses seguintes, nossa liderança é ainda maior (7,59% de juros reais contra 2,59% da Rússia).

O anúncio do Copom hoje deixou inalterada pela sexta vez consecutiva os juros em 14,25%, estão desde o final

de julho de 2015.

A decisão veio de acordo com o esperado pelos analistas do mercado. A expectativa é que os sinais de queda da inflação permitam cortes na taxa mais para o fim do ano.

Veja a taxa de juros reais nas 40 economias mais importantes do mundo:

	País	Juros reais
1	Brasil	4,44%
2	Rússia	3,45%
3	Filipinas	2,87%
4	Polônia	2,42%
5	Indonésia	2,20%
6	China	2,00%
7	Tailândia	1,97%
8	Índia	1,59%
9	Grécia	1,52%
10	Hungria	1,25%
11	Singapura	1,14%
12	México	1,12%
13	Espanha	0,81%
14	Israel	0,81%
15	África do Sul	0,66%
16	Malásia	0,63%
17	Coreia do Sul	0,50%
18	Austrália	0,29%
19	Itália	0,20%
20	Suíça	0,15%
21	França	0,10%
22	Turquia	0,04%
23	Reino Unido	0,00%

24	República Tcheca	-0,25%
25	Alemanha	-0,30%
26	Estados Unidos	-0,40%
27	Portugal	-0,40%
28	Japão	-0,40%
29	Taiwan	-0,40%
30	Holanda	-0,60%
31	Dinamarca	-0,65%
32	Áustria	-0,70%
33	Canadá	-0,79%
34	Chile	-0,96%
35	Suécia	-1,29%
36	Colômbia	-1,37%
37	Argentina	-1,78%
38	Hong Kong	-2,18%
39	Bélgica	-2,19%
40	Venezuela	-57,44%
	Média geral	-1,10%

Confiança do consumidor vai ao menor nível histórico

exame.abril.com.br/economia/confianca-do-consumidor-vai-ao-menor-nivel-historico/

ECONOMIA

Segundo a FGV, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) caiu 2,7 pontos em abril e foi a 64,4 pontos

Por Da Redação

access_time 26 abr 2016, 08h37



Homem segura compras: o destaque para o resultado foi o recuo de 3,2 pontos do Índice de Expectativas (Ciaran Griffin/Thinkstock)

São Paulo – A **confiança do consumidor** brasileiro caiu pelo segundo mês seguido em abril, com destaque para a piora das expectativas, e atingiu o menor nível da série histórica, mostrou a Fundação Getulio Vargas nesta terça-feira.

Segundo a **FGV**, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) caiu 2,7 pontos em abril e foi a 64,4 pontos.

O destaque para o resultado foi o recuo de 3,2 pontos do Índice de Expectativas (IE), pra 65,8 pontos. O Índice de Situação Atual (ISA) também mostrou piora, de 1,6 ponto, para 64,7 pontos, nova mínima histórica.

“O resultado decorre de um cenário econômico e político que parece difícil de ser resolvido rapidamente”, disse a coordenadora da sondagem do consumidor da FGV, Viviane Seda Bittencourt, em nota.

O cenário de incerteza na economia brasileira, que enfrenta forte recessão, vem sendo agravado pela perspectiva de troca de governo depois que a Câmara dos Deputados aprovou a continuidade do processo de

impeachment da presidente Dilma Rousseff.

O Senado agora decide se aceita ou não o processo. Dilma será afastada do cargo se o pedido de impeachment seguir em frente na Casa.

Conta de água ficará mais cara para clientes da Sabesp

exame.abril.com.br/economia/conta-de-agua-ficara-mais-cara-para-clientes-da-sabesp/

ECONOMIA

Segundo justificou a Artesp, a correção corresponde à inflação anual medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que atingiu 9,39%

Por Da Redação

access_time 12 abr 2016, 13h41



Conta de água: os clientes beneficiados por descontos mediante a redução no consumo não vão mais contar com o programa de bônus (Divulgação/Cesan)

A Agência Reguladora de Saneamento e Energia do Estado de São Paulo (Artesp) autorizou a Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (**Sabesp**) a reajustar as tarifas de **água** e esgoto em 8,45% a partir do mês de maio.

Segundo justificou a Artesp, a correção corresponde à inflação anual medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que atingiu 9,39%, nos últimos 12 meses encerrado em março.

Para as famílias de baixa renda que têm direito à tarifa social, o aumento passará de R\$ 7 para R\$ 7,59 no fornecimento de até 10 metros cúbicos (m³) de água, sendo aplicada a mesma tarifa na cobrança dos serviços de coleta de esgoto.

Nas residências onde os consumidores pagam a tarifa normal, o valor sobre essa mesma quantidade de água fornecida subirá de R\$ 20,64 para R\$ 22,38 por mês, com equivalência sobre a coleta de esgoto.

Além do reajuste, os clientes que vinham sendo beneficiados por descontos mediante a redução no consumo não vão mais contar com o programa de bônus.

No começo deste mês, a Arsesp autorizou a Sabesp a encerrar esse programa, a partir de maio, e permitiu o fim da aplicação de multas àqueles que aumentavam os gastos, já que houve uma boa recuperação dos níveis dos reservatórios de abastecimento com as chuvas do último verão.

O programa de bônus foi implantado em fevereiro de 2014 para os moradores atendidos pelo Sistema Cantareira.

Em fevereiro de 2016, o programa passou por mudanças na regra para o cálculo do bônus. Cada cliente passou a ter um novo consumo médio de referência.

De acordo com a Arsesp, os valores reajustados não serão aplicados nos municípios de Lins, Magda e Glicério, no interior paulista. Nessas localidades, as tarifas passam a valer em outras datas ainda não anunciadas.

Domésticas tiveram aumento real de 4,6% nos salários em 2015

 exame.abril.com.br/economia/domesticas-tiveram-aumento-real-de-4-6-nos-salarios-em-2015/

ECONOMIA

Durante os 11 anos da pesquisa, os salários das empregadas apresentam aumentos consecutivos

Por Da Redação

access_time 25 abr 2016, 14h19



Empregada doméstica: as mensalistas com carteira assinada passaram de 40,9% em 2014 para 42,8% em 2015 (Kanawa_Studio/Thinkstock)

O rendimento médio, descontada a **inflação**, das empregadas **domésticas** cresceu 4,6% em 2015, na comparação com 2014, mostra estudo da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade).

Durante os 11 anos da pesquisa, os salários das empregadas apresentam aumentos consecutivos.

Alexandre Loloian, economista e coordenador da equipe de análise da Pesquisa de Emprego e Desemprego, disse que a ausência de oferta, que pressionaria os salários, influenciou esse resultado durante os últimos anos.

“As jovens deixam de ter o trabalho doméstico como porta de entrada no mercado de trabalho. Elas passaram a ter escolaridade mais alta, ensino médio, superior, e não veem no emprego doméstico uma alternativa de ocupação valorizada socialmente”, acrescentou.

O economista lembrou que, apesar da crise econômica do ano passado, a categoria de domésticas foi o único segmento a receber aumento de renda real.

“Todos os outros setores (serviços, indústria, comércio) perderam em termos de poder real. Por exemplo, o rendimento médio por hora das empregadas domésticas, que inclui mensalistas e diaristas, está em R\$ 8. Mais que o comércio, que tem rendimento médio de R\$ 7,56”.

As mensalistas com carteira assinada passaram de 40,9% em 2014 para 42,8% em 2015.

“O processo de formalização foi uma coisa meio geral no Brasil, especialmente na região metropolitana de São Paulo. Tivemos uma queda muito forte do assalariado sem carteira, dos autônomos. O crescimento da economia fez com que muito mais gente tivesse acesso ao emprego formal”, disse.

No caso das domésticas, sobretudo diaristas, 86,7% das que não têm carteira assinada não contribuem para a Previdência Social. “Isso é um dado muito preocupante, que eu acho, sinceramente, é por falta de informação”, disse.

“Como microempreendedor individual, as empregadas domésticas podem ter acesso aos direitos previdenciários como auxílio-doença, auxílio-maternidade e aposentadoria. Não envolve burocracia e elas pagam em torno de R\$ 56, que é razoável”, comentou.

Inflação é de 0,61% em abril e acumula 9,28% em 12 meses

exame.abril.com.br/economia/inflacao-e-de-0-61-em-abril-e-acumula-9-28-em-12-meses/

ECONOMIA

Reajuste de remédios foi responsável por um terço do índice mensal, que acelerou em relação a março

Por [João Pedro Caleiro](#)

access_time 6 maio 2016, 11h09



Frutas à venda no Mercado Municipal em São Paulo: inflação começa a cair (Paulo Fridman/Bloomberg)

São Paulo – A **inflação** no Brasil foi de 0,61% em abril, informou hoje o **IBGE** (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

A taxa ficou maior do que em março (0,43%), porém abaixo de abril do ano passado (0,71%).

Com isso, a taxa acumulada em 12 meses ficou em 9,28%, bem acima da meta do governo (que é de 4,5% com tolerância de dois pontos para cima e para baixo).

Mas houve redução em relação aos 12 meses imediatamente anteriores, quando a inflação registrou 9,39%. O aumento do desemprego e a queda da renda estão afetando o poder de compra da população e ajudando a segurar a taxa.

Além disso, já acabou o ciclo de reajuste dos preços administrados que pressionou o IPCA na primeira metade do ano passado.

Grupos

Dois grupos foram os grandes responsáveis pela alta no mês. Alimentação e Bebidas, que tem peso de quase um terço no índice, subiu 1,09%.

Os remédios foram a principal contribuição individual e colocaram, sozinhos, 0,20 ponto percentual no IPCA através do grupo Saúde e Cuidados Pessoais, que foi de 0,78% em março para 2,33% em abril.

É um reflexo de um reajuste de 12,5% nos preços destes produtos, em vigor a partir do dia primeiro de abril.

Dos 9 grupos monitorados, 6 tiveram baixa e 3 tiveram alta em relação ao mês anterior. Comunicação, por exemplo, foi de queda de -1,65% em março para alta de 1,47% em abril.

O maior impacto para baixo, de -0,12 ponto percentual, veio da queda de 3,11% no preço da energia elétrica devido ao fim da cobrança extra da bandeira tarifária a partir de primeiro de abril.

Projeções

Nesta semana, o Banco Central [anunciou a revisão](#) de suas projeções de inflação: de 6,98% para 6,94% em 2016 e de 5,8% para 5,72% em 2017.

As projeções do Boletim Focus, que capta as perspectivas de mercado, [estão com os exatos mesmos números](#) do BC.

Grupo	Variação Março	Variação Abril
Índice Geral	0,43%	0,61%
Alimentação e Bebidas	1,24%	1,09%
Habitação	-0,64%	-0,38%
Artigos de Residência	0,70%	0,26%
Vestuário	0,69%	0,40%
Transportes	0,16%	0,03%
Saúde e cuidados pessoais	0,78%	2,33%
Despesas pessoais	0,60%	0,23%
Educação	0,63%	0,20%
Comunicação	-1,65%	1,47%

Grupo	Impacto Março (p.p.)	Impacto Abril (p.p.)
Índice Geral	0,43	0,61
Alimentação e Bebidas	0,32	0,28

Habitação	-0,10	-0,06
Artigos de Residência	0,03	0,01
Vestuário	0,04	0,02
Transportes	0,03	0,01
Saúde e cuidados pessoais	0,08	0,26
Despesas pessoais	0,06	0,02
Educação	0,03	0,01
Comunicação	-0,06	0,06

Mercado vê menos inflação em 2016 e 2017, mostra Focus

exame.abril.com.br/economia/mercado-ve-menos-inflacao-em-2016-e-2017-selic-deve-ficar-menor-no-ano-que-vem-mostra-fc

ECONOMIA

A pesquisa Focus divulgada pelo Banco Central nesta segunda-feira mostrou que os economistas consultados passaram a ver a Selic a 11,75% no final de 2017

Por Da Redação

access_time 2 maio 2016, 10h01



Cliente em supermercado: O Top 5, grupo que mais acerta as projeções, prevê a Selic a 13,38 ao final deste ano e a 12,25% em 2017 (REUTERS/Nacho Doce)

São Paulo – A perspectiva para a taxa básica de **juros** no final de 2017 foi reduzida pela segunda vez consecutiva, na sequência de novas reduções nas projeções para a inflação tanto para 2016 quanto para o próximo ano.

A pesquisa Focus divulgada pelo Banco Central nesta segunda-feira mostrou que os economistas consultados passaram a ver a Selic a 11,75% no final de 2017, contra 12% na pesquisa anterior.

Para este ano, não houve alteração na perspectiva de que a taxa básica de juros encerrará a 13,25%.

O Top 5, grupo que mais acerta as projeções, prevê a **Selic** a 13,38 ao final deste ano e a 12,25% em 2017.

Na semana passada, o Comitê de Política Monetária (**Copom**) do BC manteve a Selic em 14,25% como

esperado, numa decisão unânime pela primeira vez desde outubro, o que foi considerado por especialistas como indício de que abre caminho para cortes mais à frente este ano apesar de ter reforçado que as expectativas de inflação seguem elevadas.

O Focus, que ouve centena de economistas semanalmente, mostrou ainda que a expectativa para a alta do IPCA neste ano caiu 0,04 ponto percentual, a 6,94%, na oitava semana de redução.

Mesmo que a conta venha diminuindo, ainda está acima do teto da meta do governo, de 4,5% com tolerância de 2 pontos percentuais.

Em relação ao ano que vem, as contas apontam para avanço do IPCA de 5,72%, contra 5,80% antes, dentro da meta do período, de 4,5%, com tolerância de 1,5 ponto.

Ajudam no alívio da inflação as perspectivas mais baixas para o dólar, de 3,72 reais neste ano e 3,91 reais em 2017, contra 3,80 e 4,00 reais respectivamente na pesquisa anterior.

Já para a economia, as estimativas apontam contração do Produto Interno Bruto (PIB) em 2016 de 3,89%, contra queda de 3,88% anteriormente. Para 2017, a projeção melhorou, com expansão de 0,40%, sobre 0,30% no levantamento passado.

No dia seguinte do impeachment, o que esperar da economia?

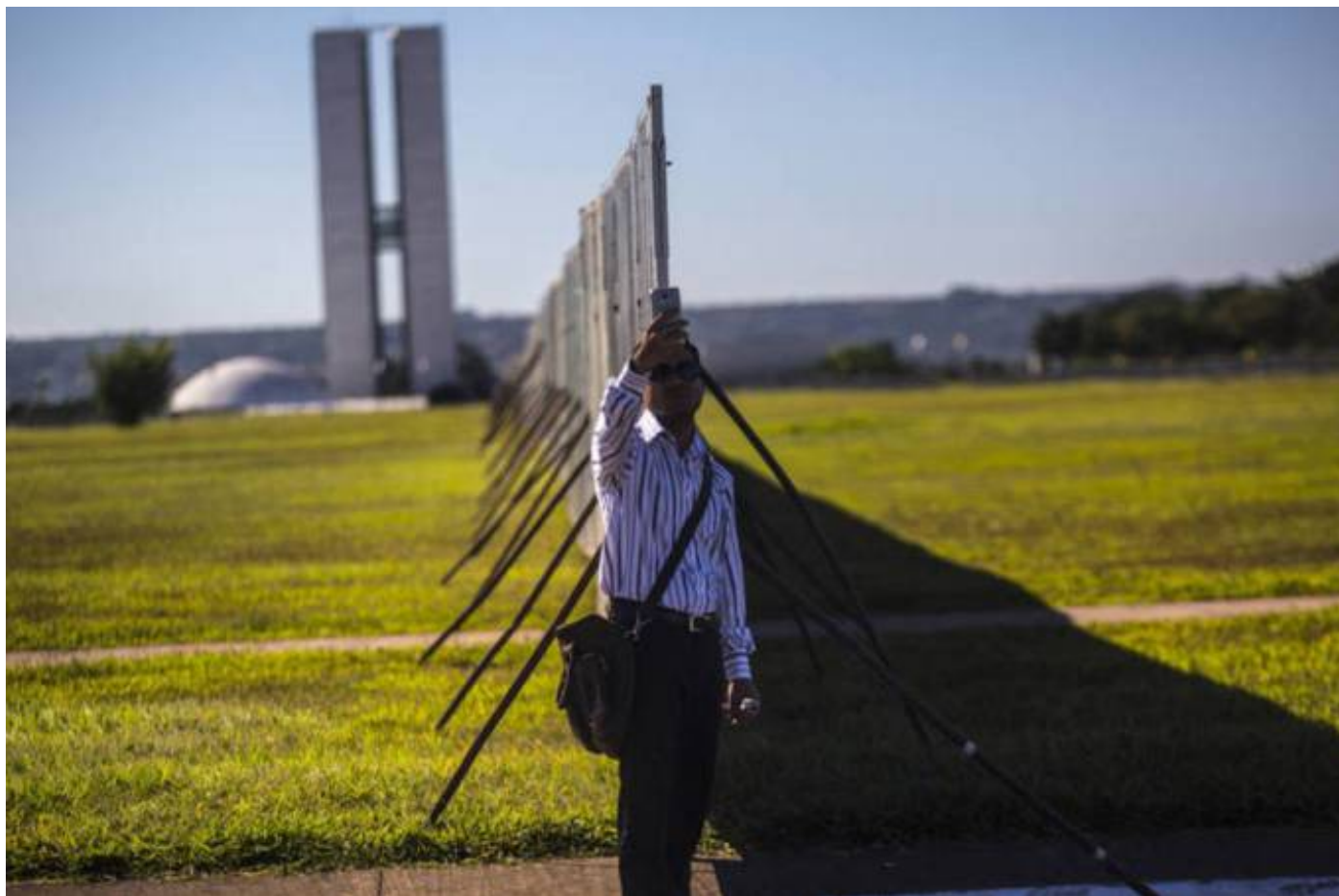
exame.abril.com.br/economia/no-dia-seguinte-do-impeachment-o-que-esperar-da-economia/

ECONOMIA

Com possibilidade cada vez menor de Dilma terminar mandato, olhos se voltam para capacidade de Michel Temer entregar reformas e recuperar credibilidade

Por [João Pedro Caleiro](#)

access_time 18 abr 2016, 11h51



Selfie com o muro na frente da Câmara dos Deputados (Dado Galdieri/Bloomberg)

São Paulo – Por um placar esmagador de 367 votos contra 137, a Câmara dos Deputados aprovou ontem o **impeachment** da presidente **Dilma Rousseff**.

O processo ainda precisa ser admitido e votado pelo Senado e o PT **pode tentar convocar novas eleições**. Paralelamente, corre o processo no Tribunal Superior Eleitoral que pode invalidar a chapa Dilma-Temer e também chamar um novo pleito.

A incerteza continua, mas fica cada vez mais improvável que Dilma termine seu mandato.

“Do ponto de vista de mercado, não dá para esperar nada além de comemoração, com dólar para baixo e Banco Central recomprando swap para se livrar de sua exposição”, diz Alexandre Schwartzman, ex-diretor de Assuntos Internacionais do BC.

O dólar começou o dia **caindo mas voltou a subir** com o anúncio de leilão do BC. Os contratos de juros futuros apresentam queda, mas a **bolsa está instável**.

Equipe

Os olhos agora vão se voltar cada vez mais para as movimentações do vice Michel Temer e a formação de sua equipe.

Na sexta, [a Reuters publicou](#) que Paulo Leme, presidente do Goldman Sachs no Brasil, estava sendo cotado para a Fazenda ou para o Banco Central.

Luiz Fernando Figueiredo, ex-oficial do BC e fundador da gestora de ativos Mauá Capital, poderia assumir o Tesouro ou também o BC.

Também estariam na lista os nomes de Armínio Fraga, ex-presidente do BC, José Serra, senador pelo PSDB e Henrique Meirelles, chefe do BC no governo Lula. Ilan Goldfajn, economista-chefe do Itaú, estaria cotado para o BC, segundo a Folha.

Medidas

O primeiro desafio é ajustar as contas públicas. O país deve ter em 2016 seu terceiro ano seguido de déficit primário na casa de 1% do PIB e precisaria pular para um superávit de 2% para começar a estabilizar a dívida pública.

Isso exigiria uma reversão de uma magnitude inédita no país. Nem os grandes ajustes fiscais dos últimos tempos (FHC em 1999 e Lula em 2003) chegaram nestas proporções, e isso em condições políticas imensamente melhores do que as atuais.

Nessa situação, Temer poderia tentar um aumento de receita de curto prazo (complicado após a campanha pública contra a CPMF), mas teria que focar em medidas mais profundas para reverter rapidamente o clima.

Mudanças nas concessões e em marcos regulatórios também podem estar na agenda, assim como os tetos para gastos de que vem falando o atual ministro Nelson Barbosa.

Afrouxar as vinculações orçamentárias, rever a política do salário mínimo e reformar a Previdência são algumas apostas de Schwartzman.

“Temer tem que reconstruir uma coalizão. É um cara com mais experiência e jogo de cintura, mais capaz de construir isso do que Dilma, que era extraordinariamente incompetente e tinha um programa que o próprio partido não bancava”, diz ele.

Desafios

Ainda assim, não se pode subestimar a dificuldade de construir um consenso quando mingnam verbas e cargos (um dos planos de Temer é cortar ministérios).

“Ninguém espera que o Temer assuma dizendo que amanhã vai gerar 10 milhões de empregos, mas ele pode recuperar a credibilidade em um cenário de inflação e juros em queda, e traz uma força política adicional que hoje a Dilma não tem”, diz Alex Agostini, economista-chefe da Austin Ratings.

Segundo ele, o mercado espera um cenário de “repactuação inversa” – uma união pública declarada de todos os partidos que votaram a favor do impeachment já com uma agenda das aprovações a serem feitas, com o fiscal no centro.

Mas esse otimismo pode sofrer correções, na medida em que aparecem rachaduras na base e resistência de movimentos sociais e protestos a determinadas medidas após um impeachment que muitos veem como ilegítimo e juridicamente frágil.

“Sossegar os apoiadores do Partido dos Trabalhadores na saída de Rousseff será um desafio. Apesar de representarem uma minoria no Brasil, seus números são grandes o suficiente para criar uma agitação nas ruas” diz um [relatório lançado hoje](#) pela consultoria internacional de segurança Stratfor.

O peso de cada produto no bolso do consumidor em abril

 exame.abril.com.br/economia/o-peso-de-cada-produto-no-bolso-do-consumidor-em-abril-2-2/

ECONOMIA

Remédios foram o principal impacto individual no IPCA, enquanto contas de energia elétrica ficaram mais baratas

Por [João Pedro Caleiro](#)

access_time 6 maio 2016, 11h20

- [zoom_out_map](#)



10/10 (Alex Silva/Saúde)

- [zoom_out_map](#)



1/10 (SerrNovik/Thinkstock)

- [zoom_out_map](#)



2/10 (Dercílio / Saúde)

- [zoom_out_map](#)



3/10 (Stock.xchng)

- [zoom_out_map](#)



4/10 (THinkstock)

- [zoom_out_map](#)



5/10 (Cris Bouroncle/AFP)

- [zoom_out_map](#)



6/10 (Alexandre Battibugli / EXAME)

- [zoom_out_map](#)



7/10 (ponsulak/Thinkstock)

- [zoom_out_map](#)



8/10 (Paulo Pinto / Fotos Públicas)

- [zoom_out_map](#)



9/10 (ThinkStock)

- [zoom_out_map](#)



10/10 (Alex Silva/Saúde)

- [zoom_out_map](#)



1/10 (SerrNovik/Thinkstock)

-

São Paulo – A **inflação** no Brasil **voltou a acelerar em abril**: 0,61%, contra 0,43% em março.

Os **remédios** foram um dos grandes responsáveis. Refletindo um reajuste autorizado pelo governo no início do mês, subiram 6,26% e tiveram sozinhos 0,20 ponto percentual de impacto, quase um terço do índice mensal.

Já a energia elétrica fez pressão para baixo. O fim da cobrança extra da bandeira tarifária fez com que as contas de energia ficassem mais baratas em quase todas as regiões pesquisadas, exercendo impacto negativo de 0,12 ponto percentual.

Dos 9 grupos monitorados, 6 tiveram baixa e 3 tiveram alta em relação ao mês anterior.

Comunicação, por exemplo, foi de queda de -1,65% em março para alta de 1,47% em abril.

O acumulado de 12 meses já não está mais em dois dígitos, mas continua alto: 9,28%, bem acima do teto da meta do governo (6,5%).

A apósta do mercado e do Banco Central é que o desemprego e a queda dos salários ajudem a segurar os preços de forma mais intensa daqui em diante.

Salário mínimo de R\$ 946 não é aumento real, destaca governo

 exame.abril.com.br/economia/salario-minimo-de-r-946-nao-e-aumento-real-destaca-governo/

ECONOMIA

“Vale salientar que, para 2017, não haverá correção real do valor do salário mínimo, pois essa [correção] corresponde ao crescimento real do PIB”

Por **Da Redação**

access_time 18 abr 2016, 20h35



Salário mínimo: o trecho refere-se à fórmula para cálculo da remuneração mínima da economia, vigente até 2019 (Marcos Santos/USP Imagens)

A Secretaria de Orçamento Federal do Ministério do [Planejamento](#), Orçamento e Gestão publicou na internet o Projeto de Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) 2017.

Na sexta-feira (15), quando a proposta foi enviada ao Congresso Nacional, os ministros da Fazenda, Nelson Barbosa, e do Planejamento, Valdir Simão, já haviam divulgado parte do conteúdo.

O projeto explicita que o [salário mínimo](#) previsto para 2017, de R\$ 946, não representará um aumento real ante os R\$ 880 pagos hoje.

“Vale salientar que, para 2017, não haverá correção real do valor do salário mínimo, pois essa [correção]

corresponde ao crescimento real do PIB [Produto Interno Bruto, soma dos bens e serviços produzidos em um país] em 2015, que foi de -3,85%”, diz a proposta do governo.

O trecho refere-se à fórmula para cálculo da remuneração mínima da economia, vigente até 2019.

Segundo a fórmula, o salário mínimo é reajustado pela inflação do ano anterior, medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) mais a variação do PIB dois anos antes.

O projeto da LDO 2017 também conta com recursos que viriam da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF) para o próximo ano, conforme já haviam adiantado os ministros.

O governo prevê a arrecadação de R\$ 33,24 bilhões em receitas com a CPMF, caso a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 140/2015, que prevê a recriação do tributo, seja aprovada pelo Congresso.

A proposta prevê ainda aumento permanente de receita de R\$ 21,4 bilhões em razão do crescimento real da atividade econômica, levando-se em conta projeções de expansão de 1% do PIB; de 9,85% das vendas de veículos; de 15,67% no volume de importações; de 8,31% no volume de aplicações financeiras e de 4,1% nas vendas de bebidas.

O governo também espera aumento de R\$ 3,078 milhões na arrecadação do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) em decorrência da elevação das alíquotas sobre sorvetes, cigarros e chocolates.

Conta ainda com R\$ 336 milhões da Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (Cofins), devido à redução da desoneração de computadores em 2016 com impacto em 2016.

Por outro lado, há expectativa de redução de R\$ 7 milhões nas contribuições do PIS/Pasep (Programa de Integração Social/Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público) e de R\$ 2,025 milhões na arrecadação da contribuição para Regime Geral de Previdência Social (RGPS).

No total, descontadas as transferências aos entes federados e ao Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb), o aumento permanente de receita total em 2017 será de R\$ 48,6 bilhões, afirma o governo.

O projeto da LDO prevê meta fiscal 0 para o Governo Central (Tesouro Nacional, Banco Central e Previdência Social) em 2017.

No entanto, prevê a possibilidade de um abatimento de R\$ 42 bilhões em frustração de receitas e R\$ 23 bilhões em investimentos do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Nesse caso, haveria déficit de R\$ 65 bilhões.

Vendas de supermercados crescem 8,44% em março

 exame.abril.com.br/economia/vendas-de-supermercados-crescem-8-44-em-marco/

ECONOMIA

Sobre março de 2015, houve alta de 4,16% e, no acumulado do primeiro trimestre de 2016, de 1,18%

Por **Da Redação**

access_time 27 abr 2016, 15h11



Supermercado: o presidente da Abras atribuiu o crescimento ao fato de a páscoa ter sido comemorada em março (moodboard/Thinkstock)

Os **supermercados** de todo o país faturaram em março 8,44% mais do que em fevereiro último com valores já deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (**IPCA**), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Sobre março de 2015, houve alta de 4,16% e, no acumulado do primeiro trimestre de 2016, de 1,18%.

Os dados são da pesquisa Índice Nacional de Vendas Abras, calculado pelo Departamento de Economia e Pesquisa da Associação Brasileira de Supermercados (Abras).

O presidente da entidade, Fernando Yamada, atribuiu o crescimento ao fato de a páscoa ter sido comemorada em março. Observou que o período da páscoa é o segundo melhor em vendas para o setor.

Apesar do aumento, ele lembrou que os dois meses anteriores acumularam queda de 0,36% , manifestando a expectativa de um desempenho ruim ao longo do ano.

“Para abril , no entanto, a perspectiva é de recomposição na comparação com abril do ano passado. Com isso, continuamos com a mesma perspectiva com a qual iniciamos o ano, de uma queda de 1,8% nas vendas em 2016”, afirmou.

Crise

Essa projeção negativa, conforme Yamada, deve-se às incertezas quanto ao futuro da economia diante das turbulências políticas.

“Para voltarmos a crescer, precisamos estabilizar a crise política e voltar a planejar a médio e longo prazo, gerando mais empregos e renda para o trabalhador voltar a reativar o consumo”, defendeu.

A abras também informou que os preços dos 35 produtos que compõem a cesta pesquisada pela entidade aumentaram em média 1,07%, passando de R\$ 456,22 (em fevereiro) para R\$ 461,12 (em março).

Entre os itens que ficaram mais caros estão o leite longa vida, cerveja, detergente líquido para louças e açúcar. Já entre os produtos em queda estão a cebola, xampu, sabonete e tomate.

Por região, a cesta que teve o maior aumento foi a do Centro-Oeste (3,12%), com o valor de R\$ 447,38. No Norte, foi verificada queda (-1,69%), com o valor de R\$ 505,97.

07/05/2016 10h21 - Atualizado em 08/05/2016 08h58

Alimentos subiram 129% em dez anos;
cebola e batata dispararam

Problemas climáticos e aumento da demanda explicam alta dos preços.
Veja itens que tiveram maiores altas de preços no período.

Anay Cury e Cristiane Caoli
Do G1, em São Paulo e no Rio

FACEBOOK

TWITTER

G+

PINTEREST



Em dez anos, alimentos e bebidas aumentaram 129%, segundo **IBGE**. Para quem costuma ir à feira e ao supermercado, não é novidade: os alimentos e bebidas subiram bem acima da inflação nos últimos anos. Desde 2007, a alta média de preços desse grupo bateu em 129% – enquanto isso, a inflação oficial, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), ficou em 77,4%, segundo Eulina Nunes, coordenadora de índice de preços do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

saiba mais

Salmão mais caro faz restaurantes japoneses adaptarem cardápio

Para alguns alimentos, no entanto, a alta foi ainda mais forte. Itens que frequentam bastante a mesa do brasileiro chegaram a subir mais de 300%.

É o caso da cebola, que ficou 438,99% mais cara desde janeiro de 2007. Já o preço da batata inglesa subiu 393,76%, enquanto o da tangerina, 390,95%. **(veja a lista dos itens que mais e menos subiram no período no final desta reportagem – ou clique aqui para ver a lista completa)**

“[A alta de alimentos ocorreu] principalmente por problemas climáticos, não só no país, como no mundo todo. E isso aliado também porque, e hoje está vendo contenção da demanda, a demanda cresceu muito, principalmente com os países emergentes, como Índia, China. E a renda do país [Brasil] que aumentou nesse período. Então, houve uma demanda muito mais forte sobre os alimentos”, explicou Eulina.

Por outro lado, para quem gosta de peixes a notícia é boa: o peróá, o pintado e o linguado ficaram mais baratos nos últimos dez anos. As quedas de preços foram de 23,15%, 8,48% e 0,64%, respectivamente – boas ideias para quem quer economizar no cardápio de casa.



Preço dos alimentos sobe mais de 100% em dez anos. (Foto: Silvana Monteiro)

Alta em abril

Em abril deste ano, apesar de terem subido menos de um mês para o outro (de 1,24% para 1,09%), os alimentos exerceram uma das principais influências, porque têm um peso muito grande no bolso do consumidor. A alimentação fora de casa também subiu em uma velocidade menor, de 0,68% em março para 0,50% em abril. **Os números de abril foram divulgados pelo IBGE nesta sexta-feira (6).**

“Alimentação, embora tenha ficado um pouco abaixo [do mês anterior, quando ficou 1,24%], continua apresentando preços elevados, taxa relativamente alta com 1,09%. E é um grupo que responde por um quarto das despesas das famílias”, afirmou.

Veja os itens com maior alta de preços de janeiro/07 a abril/16

- Cebola: 438,99%
- Batata-inglesa: 393,76%
- Tangerina: 390,95%
- Mandioca (aipim): 372,87%
- Abóbora: 337,02%
- Cenoura: 336,36%
- Repolho: 290,14%
- Pimentão: 275,90%
- Polpa de açaí: 270,33%
- Mamão: 266,64%

Veja os itens que menos subiram de preços entre janeiro/07 e abril/16

- Peixe - peróá: -23,15%
- Peixe - pintado: -8,48%
- Peixe - linguado: -0,64%
- Cogumelo em conserva: -0,57%
- Bacalhau: -0,53%
- Abacate: 3,83%
- Leite com sabor: 7,15%
- Peixe - badejo: 14,20%
- Leite fermentado: 14,53%
- Feijoadinha em conserva: 21,07%

tópicos: [Economia](#), [IBGE](#)

veja também

Custo da construção sobe 0,46% em abril

Nos últimos 12 meses, o aumento foi de 7,14%, segundo o IBGE. Preços dos materiais subiram 0,27% e da mão de obra, 0,69%.

06/05/2016

Inflação oficial volta a ganhar força e fica em 0,61% em abril, diz IBGE

06/05/2016

Poupança registra em abril perda de R\$ 8,24 bilhões, recorde para o mês

Entre janeiro e abril, fuga de recursos somou R\$ 32,29 bi, também recorde. Números foram divulgados nesta quinta-feira (5) pelo Banco Central.

05/05/2016

Indústria de eletrônicos sofre retração drástica com aperto do consumo

04/05/2016

PROGRAMA DO GOVERNO

FAÇA AGORA UMA SIMULAÇÃO ONLINE SEM COMPROMISSO

Economia

veja tudo sobre >

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 32 MINUTOS

Bovespa sobe nesta quinta-feira

HÁ 1 HORA

FGTS: veja o passo a passo para consultar o saldo pelo...

HÁ 1 HORA

FGTS: veja perguntas e respostas sobre o saque de contas...

HÁ 1 HORA

IBGE

+

*R\$24,00 POR GARRAFA *BEBA COM MODERAÇÃO

24 vinhos

R\$ 24,00

24 HORAS

EU QUERO

evino

*R\$24,00 POR GARRAFA *BEBA COM MODERAÇÃO

Shopping

KaBuM! Multifuncional HP LaserJet Pro... 10 x R\$261,75

<

•

•

•

•

>

compare preços de

Comparar

veja todos os produtos >

24 vinhos

R\$ 24,00

24 HORAS

EU QUERO

evino

*R\$24,00 POR GARRAFA *BEBA COM MODERAÇÃO

12/04/2016 09h00 - Atualizado em 12/04/2016 11h27

Comércio tem maior alta para fevereiro desde 2010, diz IBGE

Avanço foi de 1,2% na comparação com o mês anterior. Apesar da alta em fevereiro, no ano, o varejo acumula perdas de 10,1%.

Anay Cury e Cristiane Caoli
Do G1, em São Paulo e no Rio

FACEBOOK

TWITTER

+

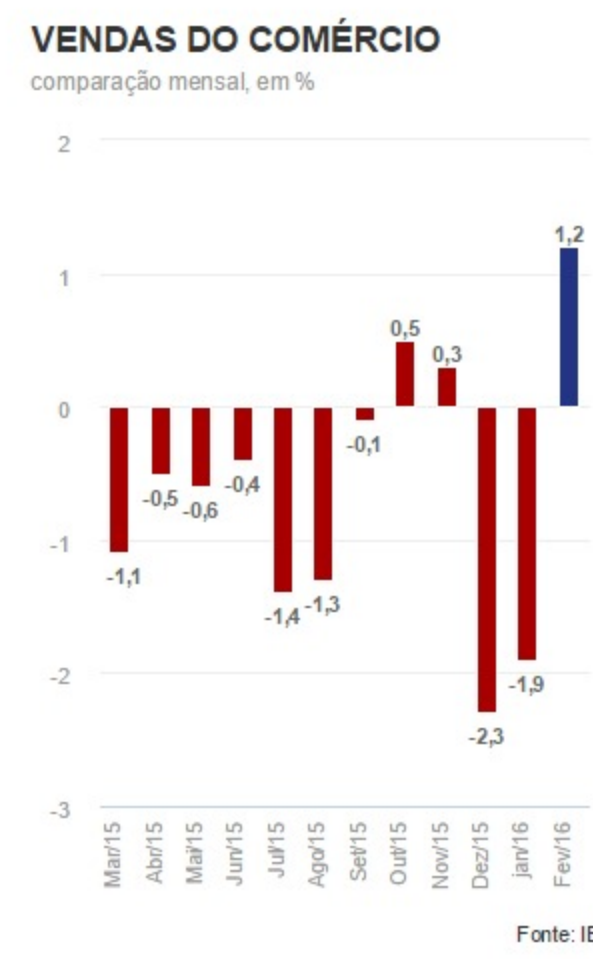
PINTEREST



Comércio tem a maior alta para fevereiro desde 2010. (Foto: reprodução/TV Integração)

As vendas do comércio varejista brasileiro registraram alta de 1,2% em fevereiro na comparação com o mês anterior, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Para o mês, essa é a maior taxa desde 2010, quando chegou a 2,7%. Considerando todos os meses, o avanço é o mais intenso desde julho de 2013. Naquele período, o crescimento havia sido de 3%.



Apesar da alta em fevereiro, no ano, o varejo acumula perdas de 7,6% e nos últimos 12 meses, de 5,3%.

“O resultado não está concentrado em uma atividade. Quatro atividades mantêm um resultado positivo. Móveis, hipermercados e combustível foram os que mais impactaram o resultado do mês. Lembrando que vinha de perda intensa do passado e no mês de fevereiro reverte esse resultado, mas não compensa a perda do passado. Portanto, embora tenham contribuído, não mudam a trajetória descendente”, analisou Isabella Nunes, gerente de serviços e comércio do IBGE.

Ao contrário do que vinha sendo observado nos últimos meses, em fevereiro cresceram as vendas de móveis e eletrodomésticos (5%) e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (0,8%).

Também aumentaram as vendas o ramo de combustíveis e lubrificantes (0,6%), além de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (0,3%).

Na contramão, venderem menos os segmentos de tecidos, vestuário e calçados (-2,8%); livros, jornais, revistas e papelaria (-2,4); equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-1,3%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (-0,1%).

“Portanto, embora tenham contribuído, não mudam a trajetória descendente. É um resultado importante e positivo, mas ainda não muda no curto prazo o movimento do comércio varejista. Atenua, mas ainda é insuficiente para reverter alguma coisa”, concluiu.

No caso do varejo ampliado, que considera as vendas de automóveis e de material de construção, o crescimento de 1,8% foi puxado por veículos e motos, partes e peças (3,8%) e material de construção (3,3%).

Isabella Nunes ressaltou que fevereiro de 2016 teve um dia útil a mais do que em 2015, por ser um ano bissexto, o que impacta positivamente o resultado do comércio no mês. No entanto, de acordo com ela, o varejo está 9,8% abaixo do ponto mais alto, que ocorreu em novembro de 2014.



Um ano atrás

Frente a fevereiro do ano passado, o comércio registrou queda de 4,2% - a 11ª taxa negativa consecutiva nessa base de comparação - sob influência das vendas mais fracas de móveis e eletrodomésticos (-10,9%) e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,4%). O único aumento partiu de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, cujas vendas cresceram 6,2%.

“Ou seja, o resultado de fevereiro contra fevereiro do ano passado é o pior resultado de fevereiro [da série histórica, iniciada em 2002] quando você isola todos os fevereiro porque tem conjuntura que avançou negativamente: mercado de trabalho está mais negativo, inflação está mais elevada, você tem queda da massa real de salários”.

Por região

De janeiro para fevereiro, o volume de vendas do comércio varejista cresceu em 17 das 27 unidades da federação, com destaque para Tocantins (3,3%), Paraná (3,2%), Espírito Santo (2,8%), Minas Gerais (2,5%), Rio de Janeiro (2,2%), Amazonas (2,1%), Amapá (1,4%) e São Paulo (1,4%).

Na contramão, caíram as vendas do comércio de Sergipe (-3,7%), Mato Grosso (-1,8%) e Rio Grande do Norte (-1,7%).

tópicos: Economia, IBGE

veja também

Veja os itens que mais subiram e os que ficaram mais baratos em março
08/04/2016

Construir ficou mais caro em março, diz IBGE
08/04/2016

Inflação oficial perde força e tem menor taxa para março desde 2012
08/04/2016

BA registra maior queda na produção industrial entre 14 estados do país
07/04/2016

*R\$24,00 POR GARRAFA *Beba com moderação

24 vinhos

R\$ 24,00

24 HORAS

EU QUERO

evino

Economia

veja tudo sobre >

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 32 MINUTOS

Bovespa sobe nesta quinta-feira
HÁ 1 HORA

FGTS: veja o passo a passo para consultar o saldo pelo...
HÁ 1 HORA

FGTS: veja perguntas e respostas sobre o saque de contas...
HÁ 1 HORA

IBGE

Shopping

Saraiva.com.br
Sony Playstation 4 Slim
10 x R\$179,90

compare preços de

Comparar

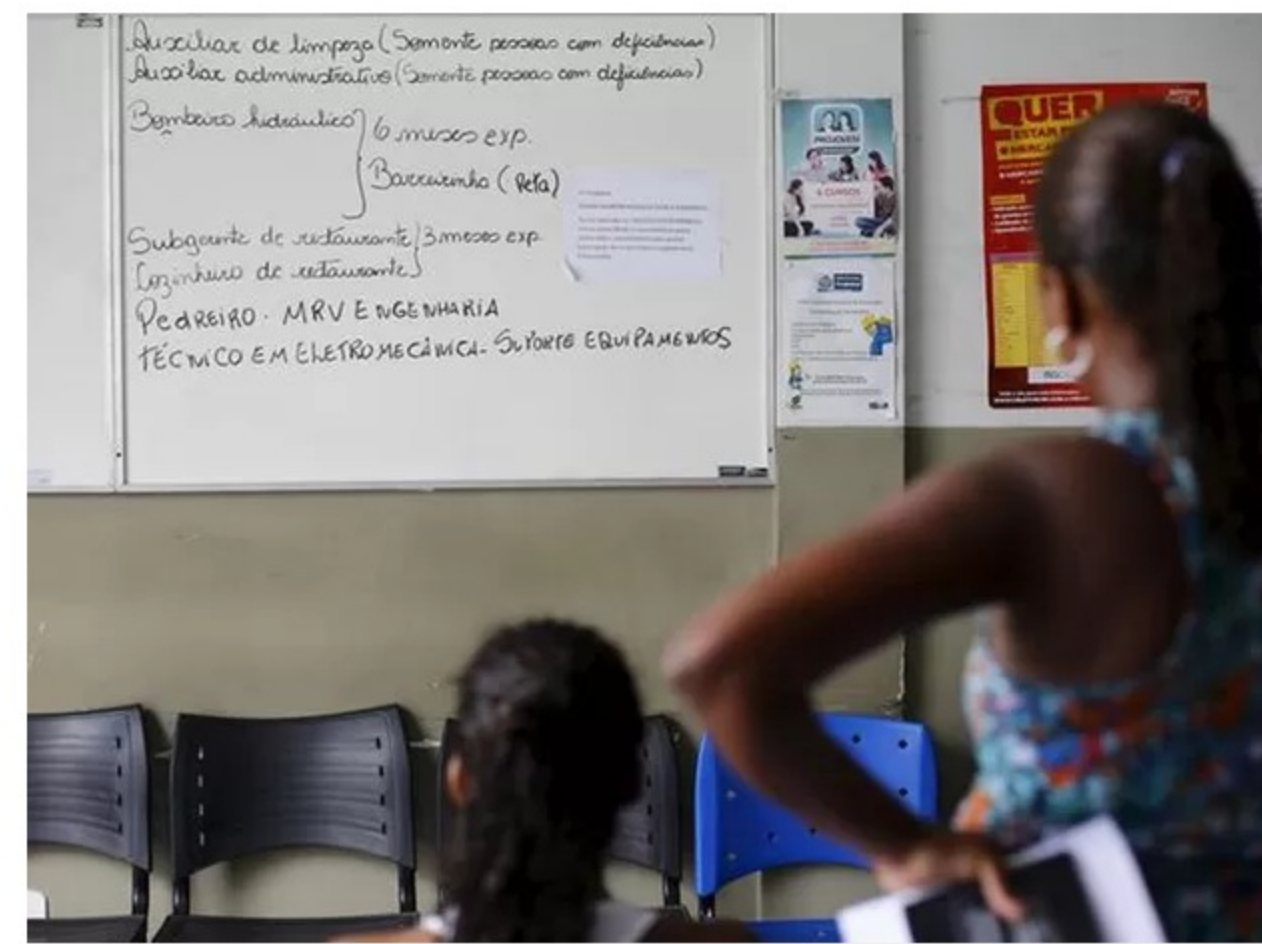
veja todos os produtos >

29/04/2016 09h00 - Atualizado em 29/04/2016 12h02

Desemprego fica em 10,9% no 1º trimestre de 2016, diz IBGE

Taxa é a maior desde o início da série da Pnad Contínua, em 2012. Número de desocupados subiu quase 40% sobre mesmo trimestre de 2015.

Anay Cury e Cristiane Caoli
Do G1, em São Paulo e no Rio

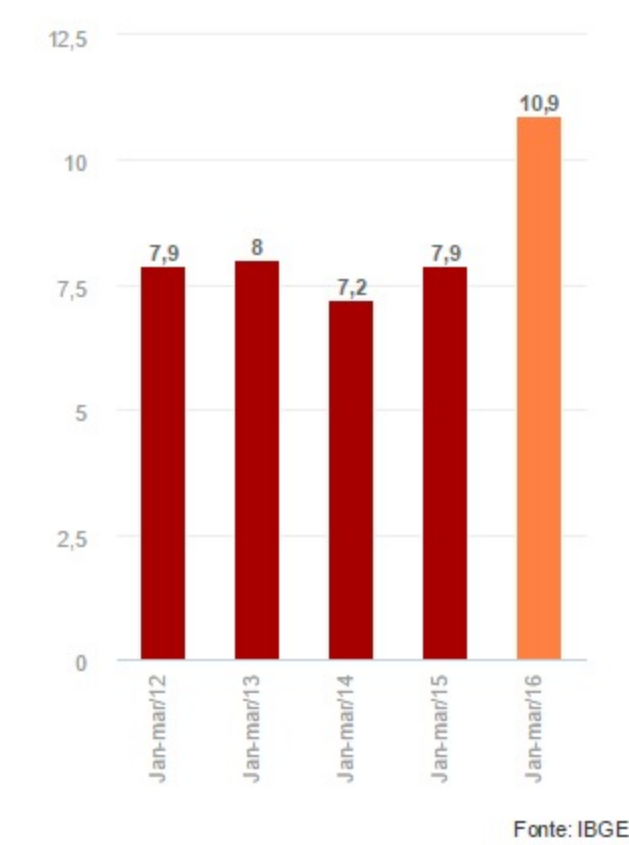


Desemprego no primeiro trimestre é o maior da série histórica do IBGE. (Foto: REUTERS/Ricardo Moraes)

O desemprego ficou em 10,9% no primeiro trimestre deste ano, segundo dados divulgados nesta sexta-feira (29) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (**IBGE**). Essa taxa é a maior desde o início histórica da Pnad Contínua, em 2012.

No trimestre encerrado em dezembro, o índice havia chegado a 9% e no primeiro trimestre de 2015, bateu 7,9%.

DESEMPREGO NO 1º TRIMESTRE



Segundo o IBGE, o aumento da taxa de desocupação ocorreu por causa da alta expressiva da desocupação, redução da ocupação e aumento da força de trabalho. "Está acelerando porque tem mais pessoas na população desocupada e menos pessoas na população ocupada. E isso está indo de forma bastante consistente ao longo dos últimos meses", observou Cimar Azeredo, coordenador de trabalho e rendimento do IBGE.

A quantidade de pessoas desocupadas cresceu 22% em relação ao período outubro a dezembro e chegou a 11,1 milhões - o maior número de desocupados desde o início da Pnad Contínua. Já na comparação com o primeiro trimestre de 2015, a alta foi ainda maior, de 39,8%.

Na outra ponta, a população ocupada, que somou 90,6 milhões de pessoas, recuou 1,7% sobre o trimestre encerrado em dezembro do ano passado e 1,5% sobre o período de janeiro a março de 2015. O número de pessoas

empregadas com carteira assinada também caiu e chegou a 34,6 milhões. Sobre dezembro, a diminuição foi de 2,2% e sobre os primeiros três meses de 2015, de 4%.

"A gente está voltando para meados de 2013 [o patamar] na população ocupada. A notícia é que caiu [no primeiro trimestre do ano em comparação com o trimestre anterior] além do que tem sido observado."



A maior redução partiu da indústria geral (-5,2% sobre dezembro), seguida pela construção (-4,8%) e pela administração pública (-1,9%). Sobre o trimestre de janeiro a março, houve alta do número de ocupados em transporte, armazenagem e correio (4,3%); serviços domésticos (4,3%) e alojamento e alimentação (4%), entre outros setores.

Com a redução das ofertas de emprego, o número de pessoas que optaram por trabalhar por conta própria cresceu em ambas comparações. A alta foi de 1,2% sobre o trimestre de outubro a dezembro de 2015 e de 6,5% em relação ao primeiro trimestre de 2015.

"Tem componente sazonal atuando de forma bastante efetiva, que é: as pessoas que foram contratadas temporariamente foram dispensadas. O índice de efetivação praticamente não ocorreu, ele foi suplantado pela dispensa. Foram 1,6 mil trabalhadores dispensados. A perda do quarto trimestre para o primeiro trimestre foi de 1,606 milhão, ou seja, foram dispensados além do que foram contratados no final do ano", analisou Azeredo.

Salário

De acordo com o IBGE, o primeiro trimestre deste ano mostrou que o rendimento médio recebido pelos trabalhadores ficou R\$ 1.966 - 3,2% abaixo do registrado no mesmo período de 2015. Já sobre o trimestre encerrado em dezembro, não houve variação.

"O período atual foi mais agressivo em termos de dispensa, em termo de queda da qualidade do emprego gerando com isso uma busca maior pela ocupação. Quando cai emprego e cai renda, isso gera procura."

Frente ao trimestre de outubro a dezembro de 2015, só subiu o rendimento dos trabalhadores domésticos: 2,3%. Já sobre o primeiro trimestre de 2015, houve redução dos ganhos para a categoria dos trabalhadores por conta própria: 3,9%.

"Trabalho doméstico voltou a subir, que é outra forma de entrar no mercado, principalmente mulher de baixa renda e de pouca escolaridade. Ela tende a voltar ao mercado através do emprego doméstico", analisou.

tópicos: Economia, IBGE

veja também

Índice de preços 'na porta da fábrica' tem deflação em março

No ano, o índice acumula queda de 1,17% e, em 12 meses, alta de 5,25%. IPP registrou deflação de 1,21%, contra queda de 0,63% em fevereiro.

Capitais mais inadimplentes são as com maiores taxas de desemprego

26/04/2016

Prévia da inflação oficial em abril é a menor em 4 anos, diz IBGE

IPCA-15 ficou em 0,51% em abril, ante 0,43% em março. Alimentação e Bebidas tiveram maior alta; energia caiu 2,86% no mês.

20/04/2016



Desemprego fica em 10,2% e é o maior da série da Pnad, do IBGE

20/04/2016

COMPROU LISTERINE, CADASTROU, GANHOU DESCONTO!

SAIBA MAIS

Economia

veja tudo sobre >

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 1 HORA

Lucro do maiores bancos listados na Bovespa cai quase 20% em 2016

HÁ 1 HORA

Bovespa sobe nesta quinta-feira

HÁ 2 HORAS

FGTS: veja o passo a passo para consultar o saldo pelo...

HÁ 2 HORAS

▼

Concursos e Emprego

+

IBGE

+

Shopping

Casas Bahia
LG 32 polegadas LED
10 x R\$114,90

compare preços de

Comparar

veja todos os produtos »

27/04/2016 06h00 - Atualizado em 27/04/2016 08h10

Governo deve reduzir exigências para empresas em leilões de aeroportos

Mudança ocorre após determinação do Tribunal de Contas da União. Serão leiloados terminais de Fortaleza, Porto Alegre, Salvador e Florianópolis.

Laís Alegretti
Do G1, em Brasília



Após intervenção do Tribunal de Contas da **União** (TCU), o governo federal deve reduzir a experiência exigida das empresas que quiserem disputar o leilão dos aeroportos de Florianópolis, Porto Alegre, Fortaleza e Salvador, previsto para este ano.

A decisão foi tomada nesta semana, segundo apurou o **G1**, e estará no edital do leilão dos quatro aeroportos. Inicialmente, para participar do leilão, o governo pretendia exigir do operador experiência na administração de outro aeroporto com movimento de pelo menos 10 milhões de passageiros por ano.

saiba mais

TCU libera leilão de concessão de quatro aeroportos públicos

Leilão de aeroportos ajudará a superar crise, diz ministro da Aviação Civil

Mudanças na Anac podem atrasar leilões de aeroportos, diz Guaranys

Segundo fonte do governo, após a decisão do TCU que exige flexibilização do critério, os números foram revistos. Para Florianópolis, o menor dos quatro, a experiência exigida passa a ser de administração de aeroporto com movimento de, no mínimo, 4 milhões de passageiros ao ano. Em 2014, o teminal teve 3,6 milhões de passageiros. Para **Fortaleza**, o mínimo será de 7 milhões ao ano. O movimento neste aeroporto em 2014 foi de 6,5 milhões de passageiros.

Para Porto Alegre e Salvador, os dois maiores, a exigência será de experiência na operação de aeroporto com movimentação mínima de 9 milhões de passageiros por ano. Em 2014 passaram pelos dois aeroportos, respectivamente, 8,4 milhões e 9,2 milhões de passageiros.

AEROPORTO	EXPERIÊNCIA EXIGIDA *	MOVIMENTAÇÃO ATUAL *
Florianópolis	4 milhões	3,6 milhões
Fortaleza	7 milhões	6,5 milhões
Porto Alegre	9 milhões	8,4 milhões
Salvador	9 milhões	9,2 milhões
* Movimentação do aeroporto em passageiros/ano		

Critério

A Secretaria de Aviação Civil (SAC) e a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) optaram por exigir das empresas interessadas experiência em aeroportos com movimento semelhante ao valor projetado para o primeiro ano de cada concessão. Esse foi o critério utilizado no leilão dos aeroportos do Galeão (RJ) e de Confins (MG), realizado em 2013.

A SAC e a Anac ainda trabalham em outros pontos do edital, como a previsão de investimentos. Inicialmente, o govemo estimava que os concessionários desembolsariam R\$ 7,2 bilhões em obras de ampliação e modernização nos quatro aeroportos.

Depois de definido todos os detalhes, a Anac publicará o edital para que passe por audiência pública. Só depois disso é que se terá a versão final do edital e, então, o leilão.

Tribunal de Contas
Ao flexibilizar o critério para permitir a participação no leilão, o governo atende a uma determinação feita pelo Tribunal de Contas da União (TCU) na semana passada. O tribunal **não fixou os novos números para a experiência** mínima exigida dos operadores. Ao invés disso, orientou o governo a adotar "requisitos de habilitação que sejam tecnicamente adequados, imprescindíveis, suficientes e pertinentes ao objeto licitado".

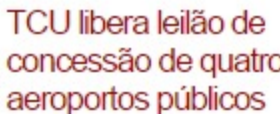
tópicos: Florianópolis, Fortaleza, Governo Federal, Porto Alegre, Secretaria de Aviação Civil, Tribunal de Contas da União, União

veja também



Leilão de aeroportos ajudará a superar crise, diz ministro da Aviação Civil

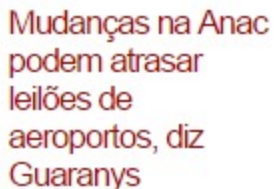
15/03/2016



TCU libera leilão de concessão de quatro aeroportos públicos

Governo, porém, terá que seguir uma série de recomendações da corte. Leilão é dos terminais de Florianópolis, Porto Alegre, Fortaleza e Salvador.

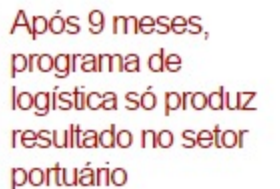
20/04/2016



Mudanças na Anac podem atrasar leilões de aeroportos, diz Guaranys

Diretor-presidente da agência e outro diretor deixam cargo em 19 de março. Agência não terá quórum para decidir, inclusive sobre concessões.

07/03/2016



Após 9 meses, programa de logística só produz resultado no setor portuário

Plano de Investimento em Logística (PIL) prevê investimentos de R\$ 198 bi. Concessões de rodovias, ferrovias e aeroportos não saíram do papel.

06/03/2016

Economia

veja tudo sobre >

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 1 HORA

Lucro do maiores bancos listados na Bovespa cai quase 20% em 2016

HÁ 1 HORA

Bovespa sobe nesta quinta-feira

HÁ 2 HORAS

FGTS: veja o passo a passo para consultar o saldo pelo...

HÁ 2 HORAS



Aeroportos +

Política +

Últimas notícias +

Florianópolis +

Fortaleza +

Governo Federal +

Porto Alegre +

Secretaria de Aviação Civil +

Tribunal de Contas da União +

União +

Shopping



Wal-Mart
Acer Aspire ES1-572-37EP Noteb...
6 x R\$279,83

< . . . >

compare preços de

Comparar

veja todos os produtos »



LINK http://glo.bo/1NSqZnR

20/04/2016 10h37 - Atualizado em 20/04/2016 10h37

Intenção de consumo cai 5,5% e atinge menor nível para abril, diz CNC

Índice chegou à mínima histórica com 73,2 pontos, numa escala de 0 a 200. Região Norte teve a maior retração, de 11,2%.

Do G1, em São Paulo



Supermercado no Acre (Foto: Reprodução/Rede Amazônica Acre)

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) atingiu a mínima histórica em abril, com 73,2 pontos, numa escala de 0 a 200 pontos, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) divulgados nesta quarta-feira (20).

A Divisão Econômica da entidade prevê que, em 2016, o volume de vendas do varejo caia 4,5% no conceito restrito e de 8,8% no varejo ampliado, que inclui os setores de automóveis e materiais de construção.

saiba mais

Desemprego fica em 10,2% e é o maior da série da Pnad, do IBGE

Prévia da inflação oficial em abril é a menor em 4 anos, diz IBGE

O índice apresentou queda mensal de 5,5% e recuo de 28,8% em comparação com abril do ano passado. Todos os componentes da pesquisa recuaram, diz a CNC.

Na comparação mensal, a maior retração ocorreu na região Norte (-11,2%). Já a região Sul teve a avaliação menos desfavorável, com redução de 3,3%.

Destaque para bens duráveis

Os componentes ligados às compras tiveram as maiores quedas, com destaque para o consumo de bens duráveis, que recuou 10,1% na comparação mensal e 43,6% em relação a abril de 2015. A maior parte das famílias, 74,8%, considera o momento desfavorável para adquirir esse tipo de bem. O índice ficou em 44,5 pontos.

Segundo a CNC, o Nível de Consumo Atual caiu 8% frente a março e recuou 38,3% na comparação anual. A maior parte das famílias, 62,6%, declarou estar com o nível de consumo menor do que no ano passado. Já o componente Compra a Prazo caiu 3,8% na comparação mensal e 34,5% em relação a abril de 2015.

Emprego

Os indicadores do emprego foram os que tiveram menor queda, mas também atingiram a mínima histórica, diz a CNC. Emprego Atual foi o subíndice com o menor recuo, de 2,7% em relação a março e de 15,7% na comparação anual.

O percentual de famílias que se sentem mais segura em relação ao emprego é de 30,1%, diz a CNC. Apesar da redução contínua do componente, este é o único que ainda permanece acima da zona de indiferença, com 102,8 pontos.

O subíndice Perspectiva Profissional caiu 6% em relação a março. Já na comparação com abril de 2015, o recuo foi de 15,9%. Dentre 18 mil entrevistados, 47,1% consideram negativo o cenário para os próximos seis meses.

tópicos: [Economia](#)

veja também

Gasto de brasileiros no exterior é o menor para o 1º trimestre em 7 anos

Nos 1º trimestre de 2016, despesas lá fora somaram US\$ 2,97 bilhões. Já em março, gasto no exterior somou US\$ 1,29 bilhão, menor desde 2010.

20/04/2016

Bovespa recua nesta quarta-feira, véspera de feriado

Na véspera, Ibovespa subiu 1,54%, aos 53.710 pontos. No mês, Bovespa acumula alta de 7,3%. No ano, há valorização de 23,9%.

20/04/2016

Prefeitura de Birigui abre inscrições para vagas temporárias de saúde

Salários serão de R\$ 5.962,21 por 20 horas semanais. Prova objetiva terá duração de 1 hora e está marcada para 14 de maio.

20/04/2016

Dólar sobe nesta quarta-feira, após fechar em queda na véspera

Na véspera, a moeda terminou a sessão em queda de 1,92%, a R\$ 3,5283. No ano de 2016, a moeda dos EUA recuou 10,63%.

20/04/2016

Economia

veja tudo sobre >

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 1 HORA

Lucro do maiores bancos listados na Bovespa cai quase 20% em 2016

HÁ 1 HORA



Bovespa sobe nesta quinta-feira

HÁ 2 HORAS



FGTS: veja o passo a passo para consultar o saldo pelo...

HÁ 2 HORAS



Últimas notícias



Shopping



Casas Bahia
LG 32 polegadas LED
10 x R\$114,90



compare preços de

Comparar

[veja todos os produtos »](#)

19/04/2016 07h49 - Atualizado em 19/04/2016 07h52

Preço de alimento e habitação sobe menos, e inflação em SP desacelera

IPC-Fipe passou de 0,94% para 0,75% na segunda prévia de abril. Variação de preços de roupas e saúde ganhou força, na contramão.

Do G1, em São Paulo



A inflação em São Paulo medida pelo Índice de Preços ao Consumidor (IPC) perdeu força da primeira para a segunda semana de abril, ao desacelerar de 0,94% para 0,75%, segundo informou a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (**Fipe**) nesta terça-feira (19).



Preço de alimentos e habitação sobe menos. (Foto: Ana Clara Marinho/TV Globo)

Os preços relativos a alimentos subiram menos, de 1,99% para 1,62%, assim como os de habitação, de 0,38% para 0,18%. Também avançaram em uma velocidade menor os preços de transportes (de 0,39% para 0,23%), de despesas pessoais (de 0,9% para 0,58%) e de educação (de 0,15% para 0,1%).

Na contramão, estão os grupos de gastos com vestuário, cuja variação aumentou mais (de 1,67% para 1,73%) e saúde (de 0,73% para 0,19%).

O IPC-Fipe mede as variações quadrissemanais dos preços às famílias paulistanas com renda mensal de entre 1 e 10 salários mínimos.

tópicos: [Economia](#), [Fipe](#), [Seu Dinheiro](#)

veja também



Inflação em SP perde força puxada por preços menores de habitação

12/04/2016



Pressionada por alimentos, inflação em SP acelera alta em março

05/04/2016

Alta de preços de habitação perde força, e inflação em SP desacelera

Segundo a Fipe, IPC recuou de 0,94% na 2ª prévia para 0,92%, na 3ª. Por outro lado, preços de alimentos e transportes subiram mais.

29/03/2016



Inflação em SP acelera alta, puxada por alimentos e roupas

18/03/2016

Economia

veja tudo sobre >



Dólar vira e passa a subir após recuar a R\$ 3,04

HÁ 1 HORA

Itaú ultrapassa BB em ativos totais e se torna maior banco do país

HÁ 1 HORA

Lucro do maiores bancos listados na Bovespa cai quase 20% em 2016

HÁ 1 HORA



Bovespa sobe nesta quinta-feira

HÁ 2 HORAS



São Paulo



Seu Dinheiro



Fipe



Shopping



Brastemp
Frigobar Brastemp
Retrô BRA08A...
8 x R\$128,75



compare preços de

Comparar

[veja todos os produtos »](#)