

Jornalismo ^{de}
economia
no **Brasil**

REITOR

Paulo Gabriel Soledade Nacif

VICE-REITOR

Silvio Luiz Oliveira Soglia



Editora UFRB

SUPERINTENDENTE

Sérgio Augusto Soares Mattos

CONSELHO EDITORIAL

Alessandra Cristina Silva Valentim
Ana Cristina Fermino Soares
Fábio Santos de Oliveira
Ósia Alexandrina Vasconcelos Duran Passos
Robério Marcelo Ribeiro
Rosineide Pereira Mubarak Garcia
Sérgio Augusto Soares Mattos (presidente)

SUPLENTE

Ana Cristina Vello Loyola Dantas
Geovana Paz Monteiro
Jeane Saskya Campos Tavares

COMITÊ CIENTÍFICO DA PRPPG

*(Referente edital nº. 01/2012 – Edital de apoio
à publicação de livros impressos)*

Ana Cristina Fermino Soares
Rosineide Pereira Mubarak Garcia
Franceli da Silva
Ana Georgina Peixoto Rocha
Luciana Santana Lordêlo Santos

EDITORA FILIADA À



Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Hérica Lene

Jornalismo de
economia
no **Brasil**



Editora UFRB

Cruz das Almas-Bahia/2013

Copyright©2013 by Hérica Lene Oliveira Brito.
Direitos para esta edição cedidos à EDUFRB

Projeto gráfico, diagramação e capa: Rita Motta - Ed. Tribo da Ilha

Revisão, normatização técnica: Bruna Longobucco

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme
decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907.

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio,
seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

B862j Brito, Hérica Lene Oliveira.
Jornalismo de economia no Brasil / Hérica Lene
Oliveira Brito -- Cruz das Almas/BA : UFRB, 2013.
480p.

ISBN: 978-85-61346-39-3

1. Comunicação 2. Brasil-Planos econômicos I.
Título.

CDD 070

Ficha catalográfica elaborada por: Ivete Castro



Editora UFRB

Campus Universitário
Rua Rui Barbosa, 710 – Centro
44380-000 Cruz das Almas – BA
Tel.: (75)3621-1293
gabi.editora@ufrb.edu.br

Aos meus pais, Evanilda de Oliveira Santos
e Deneval Oliveira Brito, que sempre me
incentivaram muito a estudar.



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	11
---------------------------	----

1 JORNALISMO DE ECONOMIA NO BRASIL: DESENVOLVIMENTO E TRANSIÇÃO	25
--	----

1.1 Imprensa nos anos 1960: regime militar estimula crescimento	38
1.2 O fortalecimento da economia e dos economistas.....	50
1.3 A passagem para a “Nova República”	65
1.4 A economia em crise e a intensificação da cobertura.....	73
1.5 <i>Folha</i> e <i>O Globo</i> : a configuração das páginas de economia nos anos 1980	79

2 JORNALISTAS DE ECONOMIA NO BRASIL: TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E PODER SIMBÓLICO	95
---	----

2.1 Jornalistas-personalidades ou de referência	96
2.2 Prestígio e credibilidade: autoridade jornalística	111
2.3 Estratégias de construção do texto jornalístico	127
2.4 Influência da TV na carreira	133
2.5 Perfil profissional dos jornalistas de economia.....	146
2.6 Mudanças no século XXI.....	154
2.7 Ocupação na redação: jovens e mulheres	157
2.8 Herança no jornalismo de economia	163

3 O CRUZADO E O FORTALECIMENTO DO JORNALISMO DE SERVIÇO	111
3.1 A preparação do 1º pacote da “Nova República”	174
3.2 A cobertura jornalística do Plano Cruzado.....	183
3.3 Fortalecimento do jornalismo de serviço	203
3.4 Novos rumos no contexto jornalístico dos anos 1980.....	209
4 A COBERTURA DE EMERGÊNCIA DEPOIS DO PRIMEIRO “CHOQUE”	219
4.1 As modificações do Plano Cruzado e a cobertura jornalística.....	223
4.2 A tentativa de Bresser	233
4.3 O Plano Cruzado Novo (ou Verão I e II).....	244
4.4 O ajuste no “choque verão”	256
5 “BRASIL NOVO” E FOCO EM UM LEITOR CONSUMIDOR-ESPECTADOR-CIDADÃO	263
5.1 Mito político e a cobertura do Plano “Brasil Novo” ou Collor I.....	269
5.2 A linguagem jornalística e a narrativa mitológica...	289
5.3 A opinião nas páginas dos jornais: apoio e confronto	298
5.4 A transição para o Plano Collor II.....	311
5.5 A derrocada de Collor.....	318
5.6 O foco em um leitor “consumidor-espectador-cidadão”	324
6 NOVOS RUMOS EM TEMPOS DE ESTABILIDADE	337
6.1 As inflações brasileiras e a transição para o real.....	338
6.2 A construção estratégica da credibilidade do Plano Real	348

6.3 Consumidores no noticiário do Plano Real: mudança de comportamento.....	369
6.4 Ampliação da pauta em tempos de estabilização	378
7 A ECONOMIA VIRTUAL E RISCO: O JORNALISMO NA ERA DOS MERCADOS.....	393
7.1 A crise do Plano Real de 1999 e o segundo mandato de FHC.....	395
7.2 Crise e risco no jornalismo de economia	405
7.3 A opinião dos jornais sobre a crise, que atinge a mídia	415
7.4 Os economistas como fontes e os jornalistas	423
CONCLUSÃO.....	441
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	455



APRESENTAÇÃO

A década de 1980 marcou, no Brasil, do ponto de vista político, a restauração da ordem institucional e o retorno dos militares aos quartéis. A propalada “transição democrática”, iniciada no final dos anos 1970, começou a se concretizar de forma mais definitiva em 1985, quando os militares deixaram o poder e Tancredo Neves foi eleito pelo Congresso Nacional o novo presidente da República. O processo de redemocratização se completaria mais tarde, em 1988, no governo José Sarney, com a promulgação da 8ª Constituição do país.

Muitas foram as mudanças a partir desse momento de ruptura. No contexto político-econômico foram quatro presidentes da República e oito planos econômicos anti-inflacionários de grande alcance que, do início do regime civil até o final do século XX, mudaram a moeda ou as relações de ordem econômica, impondo, por exemplo, congelamentos ou novas fórmulas de correção de salários e preços.

E o campo da comunicação, como as demais esferas da sociedade, se inseriu nos novos tempos. As mudanças pelas quais passaram as empresas de comunicação no período não

se restringiram à sua adaptação ao contexto político e econômico. A partir da década de 1980, a imprensa e o jornalismo vão sofrer transformações mais profundas na sua própria estrutura interna.

E o jornalismo — como a atividade que busca circunstâncias, analisa o momento em movimento, se destina, antes de tudo, ao tratamento dos fatos e lida com material mutante (DINES, 2001) — é sempre uma fonte instigante de pesquisa.

Neste livro, aborda-se o jornalismo no período após o que se convencionou chamar de “Nova República”¹. O objetivo principal é compreender o processo de mudanças da imprensa nas duas últimas décadas do século XX por meio da análise de dois dos principais jornais brasileiros: *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Trata-se de uma reflexão teórica e analítica que tem como objeto de estudo o jornalismo de economia. Esse subcampo² é identificado em outras pesquisas, por exemplo, a que desenvolveu Alzira Alves Abreu (2003), como o vetor das mudanças que, em seguida, provocaram alterações no perfil dos

¹ Com a morte de Tancredo Neves, em 21 de abril de 1985, o vice José Sarney assumiu a presidência no dia seguinte e sua administração acabou ficando conhecida como “Nova República” (a expressão foi registrada pela imprensa e pelos livros de história), terminologia que designava o programa da Aliança Democrática (formada pela Frente Liberal e pelo PMDB).

² Tomando como base o conceito de campo do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1987), o jornalismo de economia pode ser considerado um subcampo do jornalismo. O universo do jornalismo seria um campo que está sob pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência ou, no caso dos jornais, da venda dos exemplares por meio de assinaturas e em bancas. Mas, apesar de muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerceria, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos, enquanto estrutura (BOURDIEU, 1997, p. 77).

jornalistas e em sua forma de construir a informação.

Este livro é o resultado de uma extensa pesquisa sobre o jornalismo, desenvolvida como tese do Doutorado em Comunicação e Cultura da UFRJ, concluído em 2009. Engloba os últimos 14 anos do século XX e tem a proposta de analisar a cobertura jornalística a partir dos oito pacotes econômicos implementados nessa fase da história do país³. Envolve uma reflexão sobre o contexto comunicacional e suas interfaces, levando-se em conta os fatores históricos, políticos, econômicos e culturais dessa fase (SANTAELLA, 2002, p. 100).

Ao invés de utilizar a expressão “jornalismo econômico”, muito comum nos estudos sobre esse tema, a opção foi por “jornalismo de economia”. O termo é mais apropriado por tornar seu sentido mais preciso: se referir à cobertura jornalística dos assuntos do campo econômico.

Ao refletir sobre a imprensa brasileira no final do século XX, observa-se que o jornalismo de economia fez, pelo menos, três movimentos importantes: passou de uma fase em que servia ao regime militar e fazia propaganda econômica do governo para outra de caráter mais pedagógico e voltado para os cidadãos nos anos 1980; e, na década seguinte, se colocou a serviço da economia virtual e do mercado.

A questão que se coloca é: quais foram as características de tratamento da notícia que o jornalismo brasileiro adotou a partir da “Nova República”, diante do processo de

³ Nesse sentido, uma pesquisa que se tornou referência, publicada em 1987, é *O Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964* (UnB, 1987), de Aylê-Salassie Figueiras Quintão, que enfatizou o período do regime militar.

redemocratização do país, governos neoliberais e de um cenário mundial marcado pelo avanço tecnológico, convergência multimídia e acelerada globalização econômica no final do século XX? Investiga-se, portanto, as mudanças da imprensa, como e por que elas ocorreram no jornalismo de economia.

Parto do pressuposto de que, com a redemocratização do país, a economia se tornou uma área estratégica da política e a estabilização virou a meta principal dos governos. Os sucessivos planos econômicos levaram essa esfera para a centralidade das páginas dos jornais e reafirmaram sua importância na agenda nacional de debates.

Isso aconteceu no momento em que o mercado de imprensa passava por um processo de reconfiguração e os jornais (proprietários e direção) repensavam suas estratégias empresariais. Nesse contexto, um dos caminhos adotados foi a popularização dos periódicos, a afirmação de um movimento de aproximação com os leitores. Isso ocorreu, inclusive, na editoria de economia, tradicionalmente uma das mais herméticas e sisudas dos periódicos.

Na cobertura da área econômica, os jornalistas reforçaram sua importância ao assumirem como função fundamental de sua prática a legitimação do discurso de valorização de mercado em detrimento do poder do Estado.

Nesta reflexão, estabeleci uma aproximação com a teoria da história, entendendo esse campo, como fazem Marialva Barbosa e Ana Paula Goulart Ribeiro (2004), como fundamental para os estudos de jornalismo pelo fato de a história se preocupar com as razões, as causas e os porquês. Considerar

a história não é necessariamente realizar estudos históricos, mas se valer da teoria da história para empreender a análise. O principal postulado da historiografia refere-se à questão da interpretação: não se trata de recuperar o que de fato ocorre (até porque não pode jamais ser recuperado), mas interpretar — a partir da subjetividade do pesquisador — as razões de uma determinada ação social (BARBOSA; RIBEIRO, 2004).

Tendo em vista a importância da interpretação, esta pesquisa buscou aportes teóricos em outras áreas do conhecimento, além da história, na filosofia, na sociologia, na linguística e na economia. Foram três seus objetivos gerais. O primeiro foi analisar a história do jornalismo de economia no país levando-se em conta o contexto histórico. O segundo foi identificar as mudanças que a imprensa sofreu ao longo dos últimos 14 anos do século XX, nas páginas dos principais jornais brasileiros (a partir de análise do material empírico e dos relatos de jornalistas que atuaram nessa época) e refletir sobre elas. E, por último, comparar as diferentes fases do jornalismo de economia no país: a cobertura da época da ditadura (descrita em estudos já realizados e com base nas entrevistas com jornalistas) com a do período estudado para verificar as mudanças ocorridas. A análise foi realizada a partir da seleção dos acontecimentos econômicos mais marcantes desse período: os oito pacotes econômicos implementados a partir de 1986⁴, com dimensões

⁴ O recorte do material analisado se concentra nas edições dos meses de lançamento dos pacotes econômicos: Cruzado I (dia 28 de fevereiro e mês de março de 1986), Cruzado II (novembro de 1986), Bresser (junho de 1987), Verão I (janeiro de 1989), Verão II (maio de 1989), Collor I (março de 1990) e Collor

econômicas, políticas e sociais. É um período relevante de ser analisado porque, no final do século XX, o Brasil se tornou um laboratório de planos contra a inflação e, por força deles, congelamentos e confiscos entraram no cotidiano dos brasileiros. A economia ganhou espaço como temática jornalística, enquanto se esvaziava a cobertura política e o embate ideológico, e houve um surto inflacionário nessa década — a taxa de inflação no ano de 1980 foi de 110% e chegou ao espantoso percentual anual de 1.783% em 1989.

A cobertura jornalística brasileira está aqui representada pelos jornais *Folha de S. Paulo*, fundado em 1921, e *O Globo*, de 1925. Esses periódicos se destacaram nos anos 1970, mantiveram essa posição até os dias de hoje e têm influência política sobre a opinião pública nacional. Suas editorias de economia se consolidaram nesse período e serviram de modelo para a imprensa do Brasil (ABREU, 2003, p. 32). Basicamente, representam “a grande imprensa” porque têm cobertura nacional e, historicamente, são os de maior prestígio, que têm a maior capacidade de influenciar outros meios, como revistas, emissoras de televisão e de rádio, sites noticiosos, e também a agenda de debates do país.⁵

II (janeiro de 1991). Sobre o Plano Real, por ser o de maior tempo de vigência, considerou-se o momento da entrada em vigor, em julho de 1994, e o início da crise que marcou o segundo mandato do governo Fernando Henrique Cardoso em 1999 (mês de janeiro).

⁵ De acordo com dados do Instituto Nacional de Verificação (IVC) divulgados pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), e referentes ao ano de 2011, a *Folha*, que foi por mais de uma década o diário com maior circulação no Brasil, agora ocupa o 2º lugar no *ranking*, com uma média de 286.398 mil exemplares vendidos por dia. *O Globo*, que ocupava o 2º, está em 5º, com média de circulação

Além das editorias de economia desses jornais, é necessário registrar como referências importantes no cenário da imprensa a *Gazeta Mercantil*, o *Valor Econômico* e o *Jornal do Commercio/RJ*; e as revistas *Exame*, *Carta Capital*, *Isto É Dinheiro* e *Amanhã*. Mas esta obra não tem como foco a análise do jornalismo segmentado em economia que, por essência, dedica-se exclusivamente a essa cobertura. O objetivo é mostrar como a “grande imprensa” reconfigurou os espaços dedicados à cobertura dos fatos econômicos e a forma de desenvolvê-la para atender às demandas surgidas a partir da chamada “Nova República”.

Foram analisados os textos noticiosos (reportagens e notícias) e outros elementos (capas, editoriais e colunas) dos dois jornais pesquisados. Fazer uma análise da cobertura jornalística de um dado período requer considerar o papel dos meios de comunicação na construção do mundo, como emissores de discursos sobre e para a sociedade, e de sua contribuição para a construção de verdades dentro do todo social. Na modernidade, o desenvolvimento de novos meios de comunicação afetou as maneiras pelas quais os indivíduos experimentam as características de espaço e tempo da vida social. Como afirma Ribeiro (2003, p. 97), a mídia é o principal lugar de memória e/ou de história das sociedades contemporâneas.

Os discursos de determinadas épocas históricas — principalmente os midiáticos — são espaços privilegiados, nos

quais se travam as lutas sociais. É o campo por excelência do ideológico, em que várias vozes disputam a hegemonia das representações. Conforme destaca Ribeiro (2003, p.107): “uma página de jornal é um reflexo vivo das contradições da realidade social no corte de um dia”.

A análise do discurso jornalístico se faz importante e necessária já que este, como prática social, funciona em várias dimensões temporais simultaneamente: capta, transforma e divulga acontecimentos, opiniões e ideias da atualidade — lê o presente — ao mesmo tempo em que organiza um futuro — as possíveis consequências desses fatos do presente — e, assim, legitima, enquanto passado — memória — a leitura desses mesmos fatos do presente, no futuro. Dessa forma, como registra Mariani (2001, p. 33), a imprensa toma parte no processo histórico de seleção dos acontecimentos que serão recordados no futuro. E uma vez que, ao selecionar, está engendrando e fixando sentido para esses acontecimentos, ela acaba por constituir no discurso um modo (possível) de recordação do passado.

A análise nesta pesquisa tomou como ponto de partida os textos publicados nos jornais (mistura de linguagem verbal, imagens e padrões gráficos), associando-os às práticas socioculturais no interior das quais surgiu — os contextos jornalístico e histórico; e levam-se em conta os gêneros predominantes no jornalismo brasileiro: o informativo (notícias, reportagens e notas) e o opinativo e o interpretativo (colunas e editoriais).

As narrativas jornalísticas foram analisadas a partir de duas dimensões principais: a das estratégias discursivas dos jornais para tratamento dos pacotes no noticiário, com observação dos valores destacados nos discursos das diferentes fontes de informação e os enfoques técnicos e políticos dados; e a da linguagem utilizada para falar sobre os planos (termos técnicos, objetividade textual e jornalística, recursos gráficos).

Os dois jornais pesquisados funcionaram simultaneamente como fontes primárias, fornecendo dados históricos, e como objeto de estudo sobre o jornalismo brasileiro. Os dados e informações obtidos pela análise dos jornais foram cruzados com aqueles obtidos por outras fontes, lugares de autorreferenciação dos jornais estudados. O conceito é utilizado aqui na mesma acepção adotada por Ribeiro (2000, p. 9), que define esses lugares como os discursos por meio dos quais os jornalistas, como profissionais, ou os diferentes jornais, como empresas de comunicação, constroem uma imagem de si mesmos e procuram se legitimar. Podem se localizar no interior do próprio jornal (nos editoriais, nas cartas de leitores, nas edições comemorativas, nas retrospectivas de fim de ano ou mesmo no noticiário) ou podem estar “fora” (nas propagandas institucionais, nos livros de memória dos jornalistas, biografias etc.).

Outra importante fonte foram os relatos de jornalistas de economia. Por meio de depoimentos orais e escritos, também em entrevistas publicadas em livros ou na imprensa ou opiniões sobre o assunto expressas em artigos ou palestras, foi possível estabelecer uma comparação entre as características e

especificidades do jornalismo de economia no período de re-democratização e as do período anterior, a época da ditadura militar, comparação também associada ao que diziam pesquisas já realizadas sobre imprensa e sobre esse subcampo.

A partir dos relatos, é possível observar os traços da cultura, dos hábitos e visões do jornalista que atua na cobertura de economia. Busca-se observar a trajetória desse grupo profissional e analisar um grupo social remete aos conceitos de identidade e de memória. Não se pode falar em identidade sem se referir ao conceito de memória, de tal forma que podemos afirmar ser a memória uma identidade em ato. De acordo com Gillis (1996), o significado central de identidade de um indivíduo ou grupo, isto é, um senso de igualdade sobre o tempo e o espaço, é sustentando pela lembrança ou por meio do lembrar-se; e o que é lembrado é definido por meio da identidade admitida.

A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar de identidade, individual ou coletiva, conforme explica Le Goff (1990, p. 46). Existe uma farta bibliografia sobre a questão da memória. Desde o trabalho fundador de Maurice Halbwachs, a relação entre memória, indivíduo e sociedade vem sendo pensada a partir de diferentes posturas teóricas, que ora desenvolvem a perspectiva desse autor, ora se lhe contrapõem. Halbwachs (1990) diz que as lembranças, apesar de pertencerem aos indivíduos, se originam na sociedade. Os sujeitos só lembram a partir do ponto de vista de um grupo social específico, ao qual de alguma forma se vinculam.

A memória está interligada diretamente às identidades sociais. As identidades — como demonstrou Michel Pollak (1989) — se edificam a partir de determinadas visões do passado, que funcionam como referência comum para um determinado grupo e fornecem coerência, no tempo, aos seus quadros de representação simbólica. A memória é um processo de ordenamento, de produção de sentido, que pressupõe enquadramentos, esquecimentos e silêncios. Fatos e aspectos do passado são recordados e enfatizados a partir da relevância que eles têm para os indivíduos que recordam pela sua contribuição na construção da identidade e das relações pessoais.

O ponto de partida de qualquer ato mnemônico é o presente. A memória, por ser essencialmente discurso, é sempre contextual e dialógica. A sua organização está ligada a processos de seleção e enquadramento, resultantes de conflitos e negociações que os sujeitos travam em situações sociais concretas.

Nesse sentido, foram realizadas entrevistas com três jornalistas de referência na cobertura de economia do país e com atuação nos diferentes veículos de comunicação: jornal impresso, rádio e televisão e, mais especificamente no final do século XX, também na internet. Foram entrevistados Joelmir Beting, Luís Nassif e Miriam Leitão, cujos relatos perpassam os capítulos deste livro.⁶ Também são utilizados depoimentos sobre o contexto histórico e econômico dos quatro presidentes

⁶ As entrevistas com Joelmir Beting e Luís Nassif foram realizadas em São Paulo, no dia 26 de março de 2007. Miriam Leitão foi entrevistada no Rio de Janeiro, no dia 15 de maio do mesmo ano.

do Brasil do período estudado. Seus relatos estão registrados na obra do jornalista Geneton Moraes Neto: *Dossiê Brasília: os segredos dos presidentes* (2005).

Além das edições dos dois jornais, de pesquisa em livros e em trabalhos acadêmicos sobre o tema e dos relatos orais e escritos, serviram como fontes referenciais os manuais de redação, edições comemorativas e cadernos especiais da *Folha de S. Paulo* e de *O Globo*.

Sete capítulos compõem esta obra. No primeiro, discute-se a formação do jornalismo de economia no Brasil, como ele se configurou depois da redemocratização, e as características dessa cobertura nos principais jornais impressos do país a partir de pesquisa bibliográfica e de relatos de jornalistas. Para contextualizar o período estudado, foi necessário abordar sua fase anterior, durante o regime militar, e a conjuntura político-econômica e social na qual a imprensa estava inserida.

O perfil profissional do jornalista que atua na cobertura de economia e o surgimento dos “jornalistas-personalidades” ou de referência no campo econômico compõem o segundo capítulo. O seguinte trata do contexto histórico e jornalístico dos anos 1980 e o início da saga do Plano Cruzado. Nele, discute-se a conjuntura histórica e jornalística da implantação do pacote e as mudanças mais imediatas no jornalismo de economia com o fim do regime militar.

Os desdobramentos do Cruzado nos pacotes Cruzado II, Bresser, Cruzado Novo ou Verão (I e II) são abordados no quarto capítulo. O quinto trata das mudanças no jornalismo

da primeira metade da década de 1990 e o impacto do Plano Collor, as reconfigurações provocadas a partir dele no país, o Plano Collor II e a análise da cobertura desse período, perpassado, inclusive, pela discussão dos direitos do consumidor.

Os dois últimos capítulos são dedicados à análise do noticiário do Plano Real. Um aborda o processo de transição para esse pacote e sua entrada em vigor em julho de 1994. O seguinte trata do jornalismo de economia no período da crise do Real que desponta no início de 1999.



JORNALISMO DE ECONOMIA NO BRASIL: desenvolvimento e transição

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

Esse subcampo do jornalismo tem algumas características específicas que o diferenciam do restante da cobertura jornalística. Seguindo a diferenciação feita por Bernardo Kucinski (2000), pode-se dizer que, no jornalismo em geral — considerando a cobertura de cidades, polícia ou segurança, política e esportes —, o objeto da informação é quase sempre o que foge a regras, uma anomalia, algo excepcional, e não a norma. As notícias nos informam sobre eventos singulares, descontinuidades, e não sobre modelos e processos.

Já no jornalismo de economia, pelo fato de a economia ser muito mais um processo do que uma sucessão de fatos singulares, processos e sistemas são igualmente objetos de interesses, e são singularizados pela linguagem jornalística, que os noticia como se fossem episódios. Eles precisam ser interpretados à luz de processos, leis ou relações econômicas, às vezes conflitantes. Essas relações são quase sempre ignoradas pelo senso comum, já que são formuladas em outro nível de saber: o das teorias econômicas.

Os padrões do jornalismo, em geral, surgem dos modelos ideológicos dominantes em cada momento, que são os padrões das elites dominantes, conforme a tese consagrada de Karl Marx em *A Ideologia Alemã* (1926). Na cobertura jornalística de economia, especificamente, influem muito as teorias econômicas dominantes em cada período.

Conforme destaca Kucinski (2000, p. 184), os padrões ideológicos do jornalismo, oriundos dessas teorias, são moldados em boa parte pelos seis grandes jornais do mundo ocidental e pelas duas ou três revistas de circulação mundial: *The New York Times*, *Washington Post*, *Le Monde*, *The Guardian*, *Financial Times* e *The Wall Street Journal*. Entre as revistas, estão *Time* e *The Economist*.

No jornalismo de economia, *The Economist* ocupa a posição-chave de geradora primária de ideologia, papel que assumiu como proposta editorial e por ser a revista transnacional por excelência, lida pela comunidade internacional de homens de negócios.

Os traços mais gerais e permanentes desses padrões têm sido: a defesa da livre empresa na esfera econômica e da

democracia liberal na política; a escolha do capital e seu processo de acumulação — e não do homem — como objeto central de preocupação; o otimismo noticioso e o descaso com questões estruturais. A escolha do capital e não do homem como sujeito de sua história e objeto de suas preocupações decorre da ideologia de livre mercado em suas várias manifestações, desde o marginalismo⁷ até o neoliberalismo⁸.

A opção pela escolha da boa notícia, ao contrário do catastrofismo que caracteriza o jornalismo geral, se justifica pela natureza do processo econômico, mas tem conotações ideológicas. A imprensa abre seus melhores espaços a notícias consideradas positivas sobre o desempenho da economia e reluta em aceitar as adversidades nessa área.

No jornalismo de economia, os ciclos expansivos sempre ganham uma sobrevida e as crises são em geral subestimadas.

⁷ Até a grande depressão nos anos 1930, os economistas diziam que toda economia tendia ao pleno emprego e só não o atingia devido a obstáculos colocados pelos próprios trabalhadores ao funcionamento regular do mercado. O culpado pelo desemprego era a própria vítima dele: o trabalhador. O raciocínio é o de que sempre haverá emprego a um dado salário. Basta que o trabalhador aceite. Se não existissem sindicatos, que tornam os salários rígidos, haveria sempre pleno emprego, exceto o pequeno desemprego friccional (KUCINSKI, 2000, p. 134-135).

⁸ Doutrina político-econômica derivada dos princípios fundamentais do liberalismo. Suas bases foram lançadas em 1938, durante o Colóquio Walter Lippmann, com a pretensão de adotar o modelo liberal às novas condições do capitalismo no século XX. Um de seus princípios básicos é o monetarismo, que defende o controle da inflação mediante a redução das despesas do Estado e a redução salarial. Atualmente, o termo vem sendo aplicado àqueles que defendem a livre atuação das forças de mercado, o término do intervencionismo do Estado, a privatização das empresas estatais, a abertura da economia e sua integração mais intensa ao mercado mundial (SANDRONI, 2005, p. 590-591).

Destacar as crises seria admitir as disfunções do sistema. A propensão ao otimismo exagerado reflete também um comportamento do empresariado em geral, que aposta nas oportunidades e prefere esquecer depressa as adversidades. Penso como Kucinsku (2000, p. 188-189), quando diz que esse subcampo seria displicente no trato de problemas estruturais e crônicos, como a fome, o desemprego, a falta de habitação e transporte, as desigualdades mundiais, a desordem monetária internacional, como se isso tudo desafiasse seus fundamentos ideológicos.

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

Quintão (1987, p. 46) registra que a marca dos assuntos econômicos, nas páginas dos grandes jornais de informação geral, na década de 1950, eram as pequenas notas ou artigos isolados, os quais tratavam de questões específicas relacionadas com os interesses do comércio e dos cafeicultores, que continham informações sobre produção, exportação, movimento de portos ou taxas cambiais.

Essas notícias eram originadas nas agências estrangeiras de informação, nas câmaras do comércio ou no Ministério da Fazenda. Eram acompanhadas por um reduzido grupo de interessados e os temas econômicos tratados pelos jornais sem qualquer distinção das demais notícias. Havia, nesse momento, uma nítida preferência pelo noticiário da área política.

As áreas do comércio e da indústria sofriam discriminações por parte da grande imprensa. Os editores dos jornais de cobertura geral entendiam que as notícias provenientes desses setores tinham caráter promocional e, por isso, deveriam ser tratadas como “matérias pagas”. Até a década de 1950, essa cobertura específica ficava sob a responsabilidade dos jornais do comércio, alguns editados pelas associações patronais nos estados. Em São Paulo, a Associação Comercial editava o *Diário do Comércio*; no Rio de Janeiro, a entidade representativa dos comerciantes era responsável por um veículo similar.

Quintão (1987, p. 46) registra que publicações muito prestigiosas entre as categorias patronais do comércio e da indústria tinham como característica principal a sua fonte de receita: editais de cartório, protestos, atas de assembleias, balanços de empresas ou comunicados de empresas ao público. Entre elas, estavam: *Jornal do Commercio*, *Diário Comercial* e *Monitor Mercantil*, do Rio; *Diário do Comércio e Indústria*, de São Paulo; *Diário do Comércio*, de Belo Horizonte; *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre; *Jornal do Commercio*, de Recife; *Diário Mercantil*, de Juiz de Fora; *Jornal do Comércio*, de Manaus.

Em termos de tiragem, os chamados jornais do comércio não chegaram a estar entre os primeiros diários, embora

o *Jornal do Commercio (JC)* do Rio de Janeiro e o de Recife já tenham, no passado, registrado períodos de grandes edições. O *JC*, fundado em 1º de outubro de 1827, no Rio, é o segundo periódico mais antigo do país em circulação⁹. Ele surgiu em um momento no qual a maioria das publicações tinha um caráter efêmero e se firmou — com sua linguagem austera — como um órgão tradicional e respeitado.

O *JC*, segundo registra Ribeiro (2007, p. 84-87), representava o pensamento conservador e tinha como traço marcante o apoio a todos os governos (do Império à República). No início, sua tiragem era pequena, em torno dos 15 mil exemplares, e era apenas um órgão de informações comerciais e marítimas (noticiava as chegadas e saídas de navios, compras e vendas de escravos etc.). Um ano após seu aparecimento, entretanto, passou a seguir uma orientação mais ampla e incluiu na sua cobertura os assuntos de política e literatura. Era lido pela elite econômica e cultural: por comerciantes, alta administração e aristocracia cafeeira.

Em relação à área de circulação, os jornais do comércio, que representavam o jornalismo de economia dos anos 1950, se restringiam às regiões ou cidades onde eram editados. Eram conservadores do ponto de vista editorial e tecnológico e essa característica não era compatível com as transformações políticas e econômicas que começaram a se processar. Se, naquele

⁹ O *Jornal do Commercio* foi pioneiro na cobertura de economia no país e se mantém até hoje em circulação, apesar de sua baixa difusão e crises frequentes (SODRÉ, 1999; BARBOSA, 2000). Foi fundado pelo francês Pierre Plancher (DIMAS FILHO, 1987, p. 9-10).

período, a economia brasileira cresceu a uma taxa média de 7% ao ano, com uma contribuição elevada do setor agrário-industrial, conforme destaca Quintão (1987, p. 49), esses periódicos, contudo, acabaram entrando em um período de decadência. No final da década de 1970, havia os que tentavam se recuperar, mas algumas empresas estavam excessivamente debilitadas e tecnologicamente defasadas. Começaram, então, a perder leitores e clientes comerciais.

Os anos 1950, decisivos para o processo de industrialização do país, refletiram esse clima diretamente sobre os jornais. A economia agrário-exportadora estava em crise. Em 1954 e 1955 o preço do café, que representava na época quase 40% do total das exportações, teve essa participação reduzida para 29%. No mercado internacional, o preço médio do conjunto de exportações teve uma queda de 21%, ao mesmo tempo em que o preço das importações diminuiu apenas 9%. Conforme registra Singer (1978, p. 44), foi entre o final dos anos 1940 e início dos anos 1950, que começaram a ser feitos grandes investimentos públicos em obras de infraestrutura e na indústria de base, como bens intermediários e de capital, usinas siderúrgicas, fábricas de produtos químicos, de papel, de vidro e refinarias de petróleo.

Também na época, o governo norte-americano, terminada a ajuda à Europa¹⁰, passou a realizar grandes investimentos

¹⁰ Trata-se do Plano Marshall, lançado em 5 de junho de 1947, de ajuda para o reerguimento da Europa após a II Guerra Mundial (1939-1945). Desde o fim da guerra até 1955, os EUA aplicaram na Europa US\$ 33 bilhões do total de US\$ 51 bilhões aplicados no mundo todo (ALONSO, 2000, p. 276).

em países periféricos. Em relação ao Brasil, no entanto, os Estados Unidos (EUA) reduziram o ritmo de suas aplicações em represália à política nacionalista de Getúlio Vargas. Com isso, entre 1951 e 1954, os investimentos estrangeiros no Brasil não passaram de US\$ 10 milhões, conforme registra Quintão (1987, p. 52-54).

Vargas deu continuidade à industrialização do país, ao inaugurar o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e estatizar a geração de energia elétrica, decidido a lutar pelo que chamava de interesses nacionais. Quando morreu, em agosto de 1954, deixou uma economia estável e com uma infraestrutura capaz de permitir uma decolagem industrializante¹¹. Esse deslanche ocorreu a partir do Plano de Metas de Juscelino Kubitschek que, ao contrário de Vargas, abriu inteiramente o país para o capital estrangeiro.

A dinâmica criada na economia com o fortalecimento dos segmentos industriais e urbanos se refletiu também na imprensa, que introduziu em suas empresas algumas inovações tecnológicas, com o propósito de se adaptar à nova realidade. Foi no período que começaram a aparecer, nas páginas dos jornais, seções de economia com notícias — e não apenas artigos — sobre os acontecimentos econômicos.

O clima de liberdade que o país tinha no contexto constitucional e democrático — entre a queda do Estado Novo, em

¹¹ Nos 16 meses seguintes ao suicídio de Getúlio Vargas, três presidentes cumpriram mandatos-relâmpagos em um período de forte turbulência político-eleitoral: Café Filho, Carlos Luz e Nereu Ramos. Em outubro de 1955, Juscelino Kubitschek foi eleito presidente pelo Partido Social Democrático (PSD).

1945, e o Golpe Militar de 1964 — estimulou o exercício da independência e da expansão dos meios informativos (RIBEIRO, 2007, p. 43). Durante a ditadura Vargas, a imprensa tinha sido completamente controlada pelo Estado, via ação censória e reguladora do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado por meio do Decreto n.º 1.949, em 1939. A extinção do DIP significou não apenas o desaparecimento da censura, mas também o fim do controle dos órgãos de imprensa, o que facilitou (pelo menos em um primeiro momento) o surgimento de novos títulos.

Na década de 1950, as grandes mudanças sociais (como industrialização, crescimento econômico e demográfico e aumento do nível de instrução da população) se combinaram a fatores conjunturais (como política de crédito e legislação fiscal) para impulsionar a transformação da empresa jornalística (RIBEIRO, 2007, p. 48).

A economia brasileira, sobretudo no período do governo de Juscelino Kubitschek, sofreu profundas transformações. Operou-se uma ruptura com a orientação das políticas econômicas anteriores. O Estado começou a adotar novas estratégias de financiamento para a indústria e elegeu o setor de bens de consumo duráveis como ponta da acumulação capitalista.

O governo se aproximou do capital estrangeiro na expectativa de, por meio dele, conseguir modernizar o incipiente parque industrial brasileiro. Prometeu, ao mesmo tempo, dar um salto na história do desenvolvimento do país e libertá-lo da mera condição de exportador de produtos primários e importador de bens industrializados.

A ideologia desenvolvimentista, apregoada e praticada pelo governo com a ajuda do capital estrangeiro e refletida na geração de novos empregos urbanos e na produção brasileira de bens antes adquiridos no exterior, como automóveis e máquinas agrícolas, alimentou um clima de otimismo na sociedade.

Como consequência da nova política, o valor da produção industrial aumentou 80%, entre 1957 e 1961, com altas porcentagens nos setores de eletricidade e comunicações (380%) e no de transporte (600%). No mesmo período, o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu anualmente 7% e correspondeu a uma taxa *per capita* de quase 4%. Se considerarmos toda a década de 1950, o crescimento do PIB brasileiro foi aproximadamente três vezes maior do que o do resto da América Latina (SKIDMORE, 1982, p. 204).

A política cambial dos anos 1950, que garantia custo privilegiado ao dólar para a importação de papel e de outros materiais de impressão, foi extremamente favorável à modernização das empresas jornalísticas. Todas as que podiam reunir recursos trataram de reaparelhar seus parques gráficos (RIBEIRO, 2007, p. 49).

Assim, o clima de otimismo tomou conta do noticiário. Os assuntos da economia que eram notícia estavam relacionados com o ufanismo desenvolvimentista, com a retórica nacionalista de defesa ou não do capital estrangeiro, com as questões relativas à exploração do petróleo, às riquezas minerais, à defesa dos produtos primários de exportação, especialmente o café, com os índices de “carestia”. Na época, o fato econômico só tinha destaque, na imprensa de cobertura geral, transformado

em fato político. Os jornais não davam ainda tratamento diferenciado a esses temas, embora um ou outro já mantivesse sua tímida seção de economia. As fontes eram, em geral, os políticos e os partidos (QUINTÃO, 1987, p. 59-60).

O modelo de industrialização aberto para o exterior estimulou o desenvolvimento de um elemento fundamental para a sobrevivência dos jornais nos anos seguintes: a instalação no país de representações das grandes agências de publicidade norte-americanas e europeias. Essas empresas vieram junto com o capital industrial estrangeiro e com a missão de criar um dinamismo na sociedade brasileira para abrir mercado aos bens de consumo.

O crescimento do mercado interno e da indústria brasileira permitiu o desenvolvimento da publicidade que, por sua vez, possibilitou aos órgãos de comunicação, de forma geral, aumentarem seus faturamentos. Além disso, a expansão do sistema de comunicação (telefone, rádio, telex), aliada aos novos sistemas de composição de impressão, fez com que os jornais adquirissem maior velocidade na captação das informações e na produção gráfica dos impressos.

O contexto propiciou o surgimento de novos espaços para a cobertura de economia e os jornais de maior porte começaram a criar seções e cadernos para essa área. Em 1949, o *Estado de S. Paulo* lançou seu *Suplemento Comercial e Industrial*, um caderno especial, semanal, que cobria os assuntos da área no mundo, em matérias analíticas enviadas pelas agências estrangeiras — *France Press*, *Reuters*, *Ansa* — ou escritas por seus colunistas. Foi o primeiro informativo de negócios

do país com circulação regular e caráter doutrinário, liberal, anticomunista, com postura política bem delineada na área de economia. Circulou até 1964 (QUINTÃO, 1987, p. 50).

Em junho de 1951, foi criado no Rio de Janeiro o jornal *Última Hora*, de Samuel Wainer. Esse diário tinha um grupo de colunistas que escrevia artigos de análise econômica, os quais tratavam de questões nacionais e demonstravam forte conteúdo doutrinário.

Na segunda metade da década de 1950, a *Folha* criou um *Caderno de Economia e Finanças*, com três a quatro páginas, e colocou repórteres para cobrir exclusivamente os assuntos econômicos em matérias analíticas. Sobre essa época, observa-se que:

O jornalismo econômico praticado até a metade da década de 1950 é representado principalmente pelo colunismo — jornalismo mais analítico que noticioso — e ocupa um reduzido espaço nas páginas dos jornais. Em um primeiro momento é exercido por estrangeiros especializados em economia internacional e, em seguida, por brasileiros também com formação econômica acadêmica, mas que não têm no jornalismo sua principal atividade profissional. Todos mantêm vínculos empregatícios com o setor econômico público e privado. (QUINTÃO, 1987, p. 51).

Nota-se que não era um jornalismo marcado pela difusão regular de notícias de economia ou por uma pretensa imparcialidade analítica. Existia mesmo uma intenção de influenciar e até orientar a política econômica do país. Havia

também, em geral, uma ligação entre quem escrevia e a área abordada, pois era comum que os redatores mantivessem um emprego também no setor público ou privado. O jornalista ocupava um duplo lugar o que, muitas vezes, se refletia no conteúdo do que escrevia e evidenciava uma relação pouco ética na cobertura.

Posteriormente, outros jornais cariocas — *Diário Carioca*, *Diário de Notícias* e *Tribuna da Imprensa* — contrataram colunistas de economia. A reforma editorial e gráfica feita no *Jornal do Brasil*, na década de 1950, abriu também novos espaços dentro do periódico. Foram destinadas duas páginas para fatos gerais e econômicos, mas a cobertura dessa época ainda se caracterizava por editar lado a lado as notícias de economia com outras de temas gerais.

Os assuntos abrangiam setores da indústria, portos, siderurgia, energia, preços, agricultura. Não havia ainda a cobertura regular da Bolsa de Valores e do mercado de capitais. Nota-se também, nessa época, a falta de especialização entre os repórteres para atuar na cobertura dessa área específica.

Foi somente a partir do início dos anos 1960, que a cobertura sistemática dos assuntos de economia pelos jornais começou a se delinear. Pelo fato de o governo federal funcionar no Rio de Janeiro, o noticiário político nesse Estado era mais abrangente. Os periódicos de São Paulo, embora localizados no centro das decisões econômicas, preferiam disputar com os congêneres do Rio o espaço editorial dedicado à política (QUINTÃO, 1987, p. 57).

1.1 Imprensa nos anos 1960: regime militar estimula crescimento

A política modernizante de Kubitschek foi substituída no governo de Jânio Quadros pelo controle de preços, pela diminuição do déficit público e pela redução dos privilégios fiscais ou tributários. A indústria editorial foi uma das primeiras de suas vítimas ao enfrentar a suspensão dos subsídios para o papel-jornal¹².

O governo de João Goulart (1961-1964), ao procurar controlar a entrada de capital estrangeiro no país, estancou o processo crescente, no período anterior, de manipulação das verbas publicitárias, exercido pelas agências estrangeiras estabelecidas no eixo Rio-São Paulo.

A década ficou marcada pelo Golpe Militar de 1964, que trouxe com ele o Estado de exceção, regulado pelos atos institucionais, editados no âmbito do Executivo, sob o comando dos militares. Os partidos políticos foram extintos; e políticos, jornalistas e cidadãos cassados ou perseguidos pela repressão. Novas leis de segurança nacional e de imprensa foram editadas, algumas, inclusive, para fortalecer o papel da censura.

O Golpe de 1964, que significou uma ruptura política com o populismo e o aprofundamento das tendências econômicas preexistentes, forneceu a moldura para algumas

¹² A queda dos subsídios elevou agudamente o custo industrial dos jornais e criou problemas de sobrevivência para a maioria deles. Além disso, aumentou a pressão de reivindicação salarial das categorias de classe jornalística, já melhor organizada em sindicatos.

transformações expressivas na sociedade e nos rumos do capitalismo brasileiro. O período se caracterizou pela crescente participação do Estado na economia e pela ampliação das atribuições do Executivo em detrimento dos demais poderes e de canais de representação política. Aprofundou-se a interdependência entre o político e o econômico (MENDONÇA; FONTES, 1994, p. 5-6).

No período imediatamente posterior ao Golpe Militar, a economia foi submetida a um duro e eficiente processo de modernização, conduzido pela dupla Roberto Campos e Octávio Gouvêa de Bulhões, respectivamente ministros da Fazenda e do Planejamento. Criou-se o Banco Central (BC); reestruturou-se o sistema financeiro; instituiu-se a correção monetária, o que viabilizou os financiamentos de longo prazo, e as mini-desvalorizações cambiais, o que garantiu as exportações; montou-se o Banco Nacional da Habitação (BNH), como forma de incentivo à construção civil. E os salários foram achatados, a fim de se combater uma inflação que chegara à casa dos 100% ao ano (NASSIE, 1986, p. 42).

Roberto Campos foi o principal representante da corrente de pensamento econômico autoritário-modernizante, adotada pelos governos militares. Até meados dos anos 1960, pode-se identificar as seguintes correntes teóricas como as que, principalmente, caracterizaram o campo dos economistas no Brasil: a interpretação que afirmava a vocação agrária da economia brasileira e a denominada nacional-burguesa. Ambas ocuparam o debate nas décadas anteriores ao período pós-1964. Depois do Golpe Militar, surgiram novas interpretações

sobre o Brasil: a autoritário-modernizante e mais três outras visões: a funcional capitalista, na qual se incluem economistas de distintas gerações, como Caio Prado Júnior, João Manuel Cardoso de Mello, Francisco de Oliveira e outros; a da superexploração imperialista, de autores como André Gunder Frank, Ruy Mauro Marini e Theotônio dos Santos; e a da nova dependência, de Fernando Henrique Cardoso e Enzo Faletto (PEREIRA, 1982, apud LOUREIRO, 1997, p. 83).

No período pós-1964, foram criados mecanismos de incentivo à entrada de moeda estrangeira no país, para facilitar a remessa de lucros, e oferecidos, para exploração, recursos naturais em abundância, mão de obra barata e um mercado consumidor potencialmente amplo.

Foi também na década de 1960 que começou a se tornar perceptível a formação de uma indústria cultural no Brasil, no sentido mais estrito do termo, isto é, um sistema de complexos empresariais ligados ao setor da chamada comunicação de massa (TASCHNER, 1992, p. 103).

Ocorreu, nessa época, a expansão do jornalismo — e não só dos jornais, revistas, rádios e televisão, mas também do livro, do disco, da música e do teatro —, que estimulou a formação de cadeias e redes nacionais e regionais de comunicação (BAHIA, 1990, p. 267). Mas essa ampliação se deu dentro de um processo de concentração empresarial, iniciado nos anos 1950 e que se acirrará nas duas décadas seguintes¹³. Do

¹³ Nesse período, desapareceram os seguintes jornais no Rio de Janeiro: *A Noite*, *Correio da Manhã*, *O Jornal*, *Diário da Noite*, *Diário Carioca*, *Última Hora*, *Diário de Notícias*, *O Radical*, *A Manhã*, *Folha Carioca* e *A Nação*. E as revistas *O*

ponto de vista econômico, foi resultado de uma aguda crise pela qual passou a imprensa, devido a um conjunto de fatores, como a queda do volume de publicidade (no período de 1960 a 1963), o desenvolvimento da televisão (que, ao se popularizar, a partir dos anos 1960, passou a atrair fatias cada vez maiores do bolo publicitário) e os problemas com o papel (sobretudo no período 1957-1975). Além disso, o início dos anos 1960 foi marcado por uma crise econômica geral, com altas taxas de inflação (RIBEIRO, 2007, p. 208).

O jornalista Joelmir Beting, que começou a trabalhar com jornalismo de economia em 1962, lembrou que, à época, essa cobertura era muito restrita e ocupava pouco espaço nas páginas dos grandes jornais:

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

Além de ter uma pauta restrita, a produção da editoria de economia, nos grandes jornais, nos anos 1960, ficava mais

Cruzeiro, *Revista da Semana*, *Noite Ilustrada*, *Carioca* e *Vamos Ler* pararam de circular. No novo contexto de concentração empresarial, periódicos como *O Globo* e *Jornal do Brasil* se impuseram progressivamente (RIBEIRO, 2007, p. 207-208).

por conta de economistas do que de jornalistas, conforme ele relata:

Havia no jornalismo econômico uma espécie de gueto que era operado por economistas e não por jornalistas. Além de pouco espaço, esse espaço era ocupado por economistas convidados até no ‘peito’, pois não cobravam nada para escrever. Então, escreviam um artigo sobre a crise do café, outro sobre o câmbio, outro sobre política cambial. Não havia jornalismo econômico praticamente no Brasil. Aí, juntamente com Aloysio Biondi¹⁴, que foi para o Rio de Janeiro e deu uma sacudida no *Correio da Manhã* e começou a dar um tratamento muito importante ao noticiário econômico e ao debate econômico no *Correio da Manhã*, eu fiz um trabalho parecido com a *Folha de S. Paulo*. E aí nós fomos formando, eu e ele, uma geração de jornalistas econômicos no Rio e eu uma geração em São Paulo. E ele como editor e eu também como editor. E ele chegou a ser editor do próprio jornal, além de editor de economia lá no Rio. Depois viria para São Paulo para levantar a revista *Visão* e deu um choque de qualidade muito grande nela.

Durante o regime militar, a editoria de economia dos jornais se expandiu. O discurso oficial do governo concentrava-se em tecer elogios aos seus feitos na área econômica. Essa era a postura que deveria engajar as assessorias e os programas oficiais. Os jornalistas que trabalhavam no serviço público e as

¹⁴O jornalista Aloysio Biondi atuou na imprensa brasileira na área de economia de 1967 até a sua morte, em julho de 2000.

assessorias de imprensa passaram a ser chefiadas por militares, ou por civis identificados com os princípios básicos do Golpe de 1964 e que contribuíram para ele.

Esse discurso oficial era dirigido principalmente à classe média, cuja renda crescia, na época, e também aos segmentos sociais com poder de barganha política. Fundamentava-se na informação de economia e apoiava-se nos diversos indicadores de crescimento, na palavra e cálculos econométricos dos tecnocratas e em uma censura violenta aos meios de comunicação. Apregoava-se a paz social, a recuperação econômica e o “milagre do crescimento” (QUINTÃO, 1987, p. 71).

Beting relembrou essa expansão da cobertura de economia ao longo do regime militar e a criação de sua coluna sobre a área econômica nesse período:

Todos os jornais começaram a descobrir que havia ali um filão, chamado informação econômica, que o brasileiro já estava de olho gordo nele. Enquanto a informação econômica estava decolando, estava aterrissando a informação política, que estava já sob controle. Então, esvazia a informação política e cresce a econômica. E a informação econômica acaba ganhando uma dimensão política até no vácuo da própria informação política. Aí o debate econômico virou um debate político, de opções e alternativas e críticas e, então, o debate político deslocou-se para a área econômica. E a gente estava no meio desse tiroteio, eu como editor da *Folha* e depois também como colunista. Passei a fazer a coluna diária, que duraria 33 anos de publicação diária, até acabar por fadiga de material, comigo

(risos). Então foi tudo ali pelo final dos anos 1970, dos anos 1960.

O jornalista destacou a dimensão política que a notícia de economia foi ganhando nesse período. A fase de censura aos meios de comunicação atingiu também a cobertura de economia, mas não de uma forma incisiva, como ocorreu no noticiário político, segundo complementou Beting:

Depois veio o AI-5 e tornou a informação econômica um pouco mais monitorada pelos jornais, não era pelos jornalistas, mas pelos jornais, porque estavam sob pressão do regime militar. Então, certos debates eram interditados não pela censura, porque não havia uma censura formal ainda, mas eram monitorados através das editorias, dos donos dos jornais. Houve um pacto entre eles de não cutucar a onça com vara curta. E depois acabou vindo a censura de vez e, em seguida, pegou todo o noticiário político e econômico. E foi aquele período triste lá. Agora, na economia, em compensação, nesse momento de escuridão política, houve uma explosão com o chamado ‘milagre econômico brasileiro’¹⁵, o que deu outra dimensão, ainda maior, à informação econômica. Por exemplo, em 1970, a economia passou a crescer quase 10% ano, o governo lançou grandes projetos, de Brasil potência, houve um ‘boom’ no mercado de capitais, nas Bolsas do Rio e São Paulo — a do Rio

¹⁵ Período entre 1969 e 1973 (crise do petróleo), no qual a economia brasileira apresentou elevadas taxas de crescimento, viabilizadas pelas reformas fiscal e financeira implementadas após o golpe militar de 1964. À frente desse surto de crescimento, estava Delfim Neto, ministro do governo de Médici (ALONSO, 2000, p. 283).

de Janeiro era o dobro da de São Paulo na época —, houve até aquela grande bolha especulativa, mas que era notícia. Motorista de táxi queria saber o que a gente estava achando das ações do grupo Ipiranga nas Bolsas, por exemplo. Quando? Em 1970. Então, aí é que aconteceu o seguinte: com o jornalismo dando esse segundo salto e o milagre econômico de 1970/1971 e 1972, as outras mídias, como rádio e TV, começaram a pensar no caso e a trazer a informação econômica para o rádio e para a TV.

E o crescimento econômico, em seus diversos segmentos, passou a ser tema preponderante de encontros, seminários, visitas, entrevistas, viagens, inaugurações e discussões políticas. Os jornais de cobertura geral e grandes tiragens começaram a cobrir esses eventos, a acompanhar e difundir negócios, o movimento do mercado de capitais¹⁶ e as decisões do Conselho Monetário Nacional (CMN). Algumas reportagens abriram espaços para empresas (QUINTÃO, 1987, p. 74).

Outro jornalista dessa área, Carlos Alberto Sardenberg, que atua como comentarista de economia da *TV Globo* (desde 2007) e âncora da rádio *CBN* há mais de dez anos, também destacou que o jornalismo de economia do país é contemporâneo do período da ditadura de 1964-1985 e que se formou e adquiriu solidez nessa época por razões estruturais e históricas:

¹⁶ É toda a rede de Bolsas de Valores e instituições financeiras (bancos, companhias de investimento e de seguro) que opera com compra e venda de papéis (ações, títulos de dívida em geral) em longo prazo. Tem a função de canalizar as poupanças da sociedade para o comércio, a indústria e outras atividades econômicas e para o próprio governo (SANDRONI, 2005, p. 531).

O regime militar tinha como doutrina básica a busca do desenvolvimento. Pregava-se que o país precisava ter determinadas condições políticas — as de um regime autoritário — para que isso permitisse um crescimento acelerado. Também se dizia que não era possível ter uma prática democrática ou um país civilizado, de primeiro mundo, sem uma base econômica sólida. Não era uma teoria brasileira, mas espalhada pelo mundo a fora, pois houve governos semelhantes em diversos outros países, todos com a mesma ideia e o mesmo objetivo básico. Isso criou uma demanda concreta para o jornalismo, mesmo porque, se olharmos a história do regime militar, veremos que ele teve dois grandes êxitos nessa área. O primeiro esteve representado pelos processos de ajuste da economia e de reforma do setor público, no governo Castelo Branco (1964-1967). O setor público, que se deteriora ao longo do tempo, foi totalmente remodelado e tornou-se muito mais eficiente e competente. Criaram-se o Banco Central, o BNH, o sistema de controle das estatais, o orçamento monetário... Imprimiu-se um novo caráter ao BNDES. Enfim, houve uma série de medidas importantes, que arrumaram e modernizaram o setor público. O segundo sucesso, obviamente, ficaria patente no ‘milagre econômico’ e nas taxas de crescimento de 14% ao ano, que colocavam o Brasil na ponta dos países que se desenvolviam.¹⁷

¹⁷ Trecho da palestra *A transição no jornalismo econômico* proferida por Carlos Sardenberg em 24 de novembro de 1995. Disponível em: <<http://www.banco-brasil.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp>>. Acesso em: 1º maio 2004.

A marca do aparecimento do jornalismo de economia nos moldes como passou a ser praticado no final do século XX tem a influência de um encarte do *Correio da Manhã*, o *Diretor Econômico*. Com 16 páginas diárias dedicadas ao tratamento dos negócios no mercado, e por meio de reportagens sobre as empresas e o acompanhamento sistemático dos negócios, demonstrou que qualquer cidadão poderia aplicar em Bolsa de Valores, não apenas os iniciados, e chamou a atenção dos pequenos e grandes investidores para isso (QUINTÃO, 1987, p. 74-77).

A linha editorial do *Diretor Econômico* era, de acordo com Quintão, “crítica, esclarecedora do mercado e denunciadora das práticas contábeis maliciosas das empresas ou do governo”. Muitas matérias esclareceram ao público fatos que o governo queria esconder sobre a política econômica e isso desagradou o então ministro Delfim Neto, que fez pressão para que o caderno fosse extinto. Ao sair do mercado, o *Diretor Econômico* despertou os periódicos para o espaço editorial que acabara de deixar. Rapidamente os grandes jornais começaram a multiplicar páginas de cobertura da área econômica.

Havia uma diferença significativa entre o jornalismo de economia do *Diretor Econômico* e o que foi desenvolvido pelos grandes jornais. O *Diretor* fazia uma cobertura de negócios. Já o noticiário e a análise econômica, na grande imprensa, na década de 1970, estavam preocupados com o discurso da sociedade política, no exercício do poder, endereçado à sociedade civil (QUINTÃO, 1987, p. 79).

Sobre o crescimento de publicações específicas da área de economia nessa época, Quintão registra que:

O novo noticiário econômico não tratará de questões polêmicas. Abordará, numa direção positiva, grandes operações financeiras internas ou externas, insistirá na abertura de capitais por empresas tradicionais, em novas linhas de produção industrial, ou questões ligadas à agropecuária, avançando em discussões meramente acadêmicas de categorias simbólicas da ciência econômica, como o comportamento dos agregados macroeconômicos, tipo crescimento do PIB, a composição do Balanço de Pagamentos, da Balança Comercial ou das contas correntes; discussão sobre fórmulas de análise dos componentes inflacionários; fluxo dos meios de pagamento, dos investimentos globais; discutirá o *déficit* público, o *open market* e até mesmo práticas econômicas desconhecidas no Brasil.

Outros temas abordados por anos seguidos foram as correntes do pensamento econômico e a inflação brasileira. Esses assuntos refletiam as mudanças introduzidas na economia do país e foram discutidos, em editoriais, pelos articulistas, por comentaristas econômicos que começavam a surgir e no próprio noticiário, em entrevistas com economistas e empresários.

Nos anos 1970, o jornalismo de economia continuou seu processo de ampliação. Até essa década, o noticiário era essencialmente financeiro/comercial, voltado para informações práticas: cotações da Bolsa, informações sobre câmbio, entrada e saída de navios, preços e produção de produtos agrícolas. Depois, passou a ter mais destaque, não só porque as notícias sobre política sofriam forte censura, mas também porque a

economia havia se tornado um dos temas centrais do regime militar.

O jornalista Luís Nassif, que começou a atuar como repórter de economia em 1974, destacou qual era a principal característica desse subcampo nessa fase:

Era muito ‘oficialesco’. Você escrevia para o empresário e para o economista. Havia um abuso da terminologia técnica e muito pouco conhecimento sobre o que significavam os termos técnicos. O leitor comum era ignorado. Principalmente os mecanismos da economia não eram decifrados para o leitor. Você tinha o Joelmir Beting que, na época, já usava uma linguagem mais acessível, mas ele não entrava na explicação dos fundamentos da economia. E teve um período, nos anos 1980, em que a economia foi muito utilizada para manipulação política. Isso no final do regime militar. Quando você teve o fim da censura na *Veja*, a economia não teve uma matéria censurada. Os jornais eram contra, digamos, o regime político, mas no plano econômico não havia discordância.

Alzira Alves de Abreu (2003, p.14-23), ao buscar entender a transição política brasileira a partir do papel desempenhado pela imprensa escrita nesse processo, afirma que a repressão e a censura estimularam a escolha da profissão de jornalista por parte de jovens engajados politicamente. Dessa forma, o jornalismo acabava sendo não só uma profissão, mas um canal de ação política. Dentro das redações, boa parte desses jovens engajados optou por trabalhar nas editorias de

economia, criadas durante a ditadura militar. Afinal, na visão desses militantes de esquerda, influenciados pelo marxismo e pela linha de atuação do Partido Comunista Brasileiro (PCB), as explicações econômicas superavam todas as demais.

1.2 O fortalecimento da economia e dos economistas

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

Ao estudar como e por que os economistas se tornaram atores políticos importantes para o país, Maria Rita Loureiro (1997) parte do pressuposto que a posição deles como dirigentes políticos no Brasil não é um produto “natural”, decorrente do intervencionismo e da regulação econômica que caracterizam o Estado no período contemporâneo, mas é resultado de uma combinação complexa de fatores: passa pela estrutura de poder e pelas formas de organização do aparato governamental e inclui os vínculos entre os meios acadêmicos

(responsáveis pela formação da elite dirigente) e o governo. “O segmento específico das elites dirigentes no Brasil é aquele que se identifica e se legitima não pela representação partidária e eleitoral e sim pela competência técnico-científica”.

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

Os economistas têm participado ativamente de órgãos governamentais e influenciado de modo marcante as decisões políticas no Brasil. O processo costuma ser relacionado, com razão, à tendência mais ampla de regulação e intervenção estatal na economia, predominante na maioria dos países capitalistas a partir da II Guerra Mundial. Como, até a depressão dos anos 1930, o Estado não intervinha e apenas garantia a operação do mercado, não existia razão para que interesses privados procurassem controlar o Estado. Quando ocorreu a revolução

keynesiana, o Estado adquiriu a capacidade de administrar/intervir na economia e esse processo o tornou potencialmente mais fraco e suscetível às pressões sociais.¹⁸

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

O conhecimento econômico se transformou em recurso político e, em suas dimensões tanto teóricas quanto instrumentais, não é consensual, mas objeto de disputas entre diferentes grupos de economistas. Salienta-se o papel que as agências — como conselhos técnicos do primeiro governo Vargas, as comissões econômicas internacionais, como a Comissão Econômica para a América Latina (Cepal)¹⁹, os grupos executivos do governo Kubitschek e órgãos como o Departamento

¹⁸ Keynesianismo é uma modalidade de intervenção do Estado na vida econômica, que prega a adoção, no todo ou em parte, das políticas sugeridas na principal obra de John Maynard Keynes (1883-1946): *A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda* (1936). A busca de Keynes era solucionar o problema do desemprego pela intervenção estatal, desencorajando o entesouramento em proveito das despesas produtivas, por meio da redução da taxa de juros e do incremento dos investimentos públicos (SANDRONI, 2005, p. 456-457; ALONSO, 2000, p. 246).

¹⁹ Órgão da ONU criado em 1948 e sediado em Santiago do Chile.

Administrativo do Serviço Público (Dasp), o chamado “superministério” (que controlou o orçamento governamental durante todo o Estado Novo), a Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc)²⁰ ou o BNDE desempenharam na formação do campo dos economistas no Brasil. Constituíram, ao longo dos anos 1930-1950, espaço privilegiado de decisão, apropriado pelos técnicos. Também se notabilizaram como escolas práticas de formação econômica e competência prática diferenciada para engenheiros, advogados e outros altos funcionários.

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

²⁰ Órgão criado em 1945, junto com o Banco do Brasil (BB), com atuação importante na área monetária e cambial. Antes da criação do BC, o papel de autoridade monetária era desempenhado pela Sumoc, pelo BB e pelo Tesouro Nacional. O BC, autarquia federal integrante do Sistema Financeiro Nacional, foi criado em 31/12/64, com a promulgação da Lei nº 4.595.

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

Foi durante o regime militar que essa categoria se fortaleceu, inclusive com a melhoria dos cursos de formação específica.²¹ A partir de meados dos anos 1960, a expansão de postos para economistas nos três níveis de governo, sobretudo nas agências de planejamento e desenvolvimento econômico, então criadas, tornou mais clara a situação de crise e de deficiência do sistema de ensino acadêmico. Daí surgirem várias propostas de reformulação de cursos e currículos. A Faculdade de Economia da USP, que havia sido criada em 1946, por exemplo, passou por intenso processo de reforma curricular.

A partir dos anos 1970, os cursos superiores tornaram-se o principal meio de formação de economistas e de quadros dirigentes para essa área. Concentravam-se nas faculdades de economia e, em particular, nos cursos de pós-graduação.

²¹ Os primeiros cursos superiores de economia no Brasil foram criados nos anos 1940. Antes disso, o ensino dessa área se restringia a algumas poucas disciplinas destinadas à formação de cultura geral nos cursos de direito e engenharia, e ainda a uma das dimensões ou desdobramentos do ensino comercial profissionalizante. Em 1945 foi criada a Faculdade Nacional de Ciências Econômicas da Universidade do Brasil (LOUREIRO, 1997, p. 34-37 e 61-62).

Jovens de extração social mais elevada, inclusive, começaram a cursar graduação em economia. Isso se deveu a mudanças que reforçaram a identidade social do economista e, conseqüentemente, deram maior prestígio à profissão. As primeiras gerações desses profissionais, conforme registra Loureiro, eram formadas predominantemente por engenheiros ou advogados, que, interessados em assuntos econômicos por força da sua prática profissional, estudaram ciência econômica, seja como autodidatas (Eugênio Gudín e Roberto Simonsen), seja em cursos de especialização ou pós-graduação no exterior (Bulhões, Roberto Campos e Celso Furtado).

Loureiro registra que muitas e novas categorias profissionais — administradores, publicitários, arquitetos, psicólogos — surgiram ou se desenvolveram a partir dos anos 60, graças à expansão e à diversificação do ensino superior e à ampla modernização da sociedade brasileira no período. Mas os economistas estão entre os que se beneficiaram com as transformações no sistema político e no aparato governamental, derivadas do Golpe Militar de 1964, em termos de expansão do mercado de trabalho e de elevação do prestígio profissional.

Com a reforma educacional do governo militar, em 1968, o sistema de ensino superior no Brasil sofreu modificações substanciais. Além da criação de novos cursos, os contingentes educacionais cresceram enormemente. Na área específica das ciências econômicas, em 1968, havia 84 escolas e cerca de 17 mil alunos matriculados em cursos de graduação

no Brasil. Em 1980, o número de escolas subiu para 129 e as matrículas ultrapassaram 62 mil, segundo estatísticas do Ministério da Educação.²²

As disputas entre monetaristas e estruturalistas constituíram um campo de lutas específico dos economistas. Loureiro explica que os monetaristas se organizaram, principalmente, em torno da Fundação Getúlio Vargas (FGV) — instituição criada em 1944, a partir de iniciativa de altos funcionários do primeiro governo Vargas. O objetivo era a formação dos quadros necessários à modernização do Estado. A FGV manteve, assim, desde sua criação, estreita vinculação com o governo. O Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da FGV constituiu durante várias décadas o pólo mais importante de produção do conhecimento e o espaço onde a economia assumiu sua dimensão prática, afirmando-se como requisito básico de competência para a condução de políticas econômicas no país²³.

O grupo “estruturalista” se originou a partir da Cepal, que teve, no Brasil, Celso Furtado como principal representante.

²² Na área de economia, existem pelo menos 15 centros de pós-graduação, que recebem, em seu conjunto, uma média anual superior a 500 candidatos, para o concurso nacional de seleção de nível de mestrado coordenado pela Associação Nacional de Pós-graduação em Economia (Anpec), o curso da PUC e o da UFRJ; em São Paulo, há o curso da Faculdade de Economia da USP (FEA/USP) e o do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, a IE/Unicamp (LOUREIRO, 1997, p. 64).

²³ Cabe destaque para o trabalho de elaboração das contas nacionais e para elaboração de índices de preços, trabalho inédito e pioneiro que permitiu, por exemplo, o estabelecimento, anos mais tarde, do mecanismo de correção monetária. O grupo que construiu o Ibre formou-se ao longo de vários anos, com extensa rede de relações nos órgãos governamentais, nas instituições de ensino e nos meios empresariais. Gudin e Bulhões criaram o Ibre e o dirigiram por décadas (LOUREIRO, 1997, p. 38-43).

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

Foi no bojo dos debates que o grupo cepalino denominou “monetaristas”²⁴ os membros da FGV, na medida em que privilegiavam os fatores monetários na análise das causas da inflação, e chamaram a si próprios de “estruturalistas”, porque procuravam apreender os determinantes estruturais do processo inflacionário. Diferentemente dos monetaristas, os membros desse grupo tinham vínculos menos orgânicos e institucionalizados (LOUREIRO, 1997, p. 45-46)²⁵.

²⁴ Monetarismo é a escola econômica que sustenta a possibilidade de manter a estabilidade de uma economia capitalista recorrendo-se apenas a medidas monetárias, baseadas nas forças espontâneas do mercado e destinadas a controlar o volume de moedas e de outros meios de pagamento no mercado financeiro. O norte-americano Milton Friedman, expoente da Escola de Chicago, é visto como o principal teórico dessa escola (SANDRONI, 2005, p. 572).

²⁵ Os principais membros da Cepal eram filhos de famílias da elite nordestina que migraram para o Rio de Janeiro, nos anos 1930 e 1940 em busca de novas oportunidades de carreira em órgãos do governo. A maioria era diplomada em

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

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

De um lado, encontra-se a Escola de Pós-Graduação em Economia (EPGE) da FGV que, continuando a seguir as mesmas orientações básicas da FGV, é considerada, mesmo hoje, a versão monetarista mais ortodoxa. Seus membros valorizam muito a modelização matemática e o instrumental econômico. No mesmo lado, está a PUC-Rio, constituída por antigos

direito ou em outros estudos humanísticos (como sociologia) e não teve formação regular em economia, à exceção de Celso Furtado (LOUREIRO, 1997, p. 45-47).

alunos e professores dissidentes da EPGE e por egressos de outras universidades (UFRJ e UnB). Dando grande ênfase à modelização matemática, conforme já mencionado, esses dois centros constituem o pólo mais internacionalizado, isto é, mais integrado ao *mainstream* atual. Basta observar que 80% dos professores da EPGE e 82% dos da PUC se formaram nos EUA. Esse polo pode ser denominado “privatista” por serem instituições privadas, valorizarem teoricamente o papel do mercado no sistema econômico e estabelecerem laços estreitos com empresas privadas, particularmente bancos, onde seus representantes prestam consultoria (LOUREIRO, 1997, p. 70 e p. 76).

Do outro lado, os cursos da Unicamp e da UFRJ, criados por ex-discípulos da Cepal, permaneceram ligados àquelas questões definidas como estruturais. Seus estudos são desenvolvidos em linguagem pouco formalizada matematicamente e valorizam a abordagem histórica e sociopolítica dos processos econômicos. Esse polo menos internacionalizado pode ser definido como “estatista”, porque seus membros, além de trabalharem em universidades públicas e desenvolverem outras atividades profissionais — em geral, em agências governamentais e empresas públicas —, enfatizam, em seus trabalhos, os aspectos políticos da economia e, sobretudo, são mais críticos quanto às orientações neoliberais, que acreditam na eficiência do mercado para a alocação dos recursos e a distribuição da riqueza.

Finalmente, entre os dois extremos, encontra-se o curso de pós-graduação da USP, que é maior em número de professores. A Faculdade de Economia da USP (FEA/USP) representa o polo intermediário, porque se manifesta também em

orientações teóricas mais pluralistas e em práticas de consultoria mais heterogêneas por parte de seus membros, tanto no setor financeiro quanto em indústrias, organismos sindicais e agências públicas.

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

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

Deve-se ressaltar que a “cultura” de valorização da economia e dos economistas, no país, consolidada durante a ditadura, acabou se estendendo também aos jornais — bem como ao jornalismo e aos jornalistas dessa área. Os repórteres dessa editoria continuaram a desfrutar de grande prestígio nas redações e o noticiário econômico permaneceu ocupando importantes

espaços na imprensa, inclusive com aumento do número de páginas dos cadernos dedicados aos temas desse campo (ABREU, 2003, p. 64).

Pesquisas por amostragem demonstram que, entre 1968 e 1988, o espaço dedicado à economia pelos três principais jornais de São Paulo cresceu continuamente de 1,5 página diária em média para 6,5 páginas, à custa das demais áreas de cobertura. Um quinto das manchetes foi dedicado aos assuntos econômicos e os nomes dos ministros de economia tornaram-se mais populares e mais citados do que os dos presidentes (KUCINSKI, 2000, p. 16)²⁶.

O modelo de desenvolvimento econômico adotado no Brasil a partir do final dos anos 1960 também abriu espaço para o aparecimento e desenvolvimento de um grande número de boletins (*news letters*) e revistas especializadas em economia (QUINTÃO, 1987, p. 83).

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

Esse jornalismo acabou sendo utilizado como instrumento de divulgação da política econômica do regime militar,

²⁶ Abreu (2003, p. 26), citando uma pesquisa realizada por Scavone, Belloni e Garbayo (1975), afirma que houve diminuição relativa das notícias de política nacional em benefício das notícias internacionais e econômicas, verificadas por meio de análise de conteúdo das matérias divulgadas na primeira página de dois jornais — o *Jornal do Brasil* e *Última Hora* — no período 1960-1971.

que buscava se legitimar, diante dos governados, pela racionalidade da administração econômica — no governo Castelo Branco (gestão dos ministros Roberto Campos e Octávio Gouvêa de Bulhões) — e pela eficácia da economia e pelo desenvolvimento — durante os governos dos generais Arthur da Costa e Silva e Emílio Garrastazu Médici (gestão do ministro Delfim Neto).

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

O noticiário econômico era originário do Rio de Janeiro porque ali ficavam os ministérios da Fazenda e do Planejamento e os principais órgãos estatais. Mas a censura atingia todos os setores dos jornais, alguns com mais intensidade que outros.

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

da publicidade para sobreviver e os maiores anunciantes eram as empresas estatais e instituições governamentais (ABREU, 2003, p. 23).

Um dos símbolos desse projeto foi a criação, em setembro de 1965, da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), que deu início à instalação da rede básica de telecomunicações, implantando os sistemas de microondas em visibilidades e em tropodifusão na Amazônia (nesse caso ainda não era possível a transmissão de televisão, que só chegaria à região em 1975). Em 1965, foi também criado o Ministério das Comunicações e, em 1972, a Telecomunicações Brasileiras S.A. (Telebrás), empresa pública federal responsável pela coordenação dos serviços dessa área em todo o território nacional (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 73)²⁷.

Se, por um lado, os militares censuravam a imprensa e interferiam no conteúdo da informação, por outro, passaram a canalizar para a mídia grande massa de recursos, mediante financiamento e publicidade oficial, que beneficiaram os empresários da mídia.

Por meio do Grupo Executivo da Indústria de Papel e Artes Gráficas (Geipag), vinculado ao Ministério da Indústria e

²⁷ A criação da Embratel, com um plano de estações repetidoras e canais de micro-ondas, permitiria a formação e a consolidação das redes de TV no país. Embora o Brasil tivesse entrado na era da televisão em 1950, só a partir da década de 1970 a TV se tornaria um veículo de comunicação de massa. Foi com a entrada no mercado da *TV Globo*, em 1965, que ocorreu a grande transformação da TV no país: quando ela se torna uma grande empresa capitalista (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 73).

Comércio e que tinha por objetivo analisar e aprovar os pedidos de importação de equipamentos gráficos, foram dadas facilidades para a obtenção de empréstimos em bancos oficiais e para a compra de equipamentos, o que permitiu a modernização das redações. Foram concedidos também financiamentos para a construção de novos prédios, necessários para abrigar novas máquinas e permitir a expansão das redações (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 74).

Com relação à publicidade dos órgãos oficiais, é importante lembrar que aproximadamente 30% das receitas dos jornais eram obtidos dos clientes oficiais, o que significava uma dependência econômica considerável do Estado. Os proprietários dos meios de comunicação se submeteram à censura, em grande parte, devido a essa dependência, o que funcionou como amortecedor de uma possível oposição. Mas não se formavam alianças entre os vários proprietários dos meios nem entre eles e os jornalistas (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 75).

O jornalismo de economia atingiu a maioria, durante o regime militar, não apenas devido à modernização da economia e à censura ao noticiário político, como também por causa de novas necessidades e aspirações da classe média em ascensão, ávida por informações sobre opções de aplicações, investimentos e outros serviços, bem como por proteção contra o surto inflacionário que surgiu na esteira da decadência do “milagre” e trouxe de volta a realidade corrosiva do início dos anos 1960 (RESENDE, 2005, p. 9).

1.3 A passagem para a “Nova República”

O advento da chamada Nova República, com o restabelecimento da democracia na segunda metade dos anos 1980, trouxe modificações sensíveis para o jornalismo brasileiro, a começar pelo fim da censura — e de parte da autocensura.

Depois de 15 anos de permanência dos militares no poder, o período relativamente curto entre 1979-1985 incluiu numerosos acontecimentos relevantes para o país, entre eles: a abertura política; a campanha pelas eleições diretas para presidente; a derrota da emenda pelas “Diretas já” no Colégio Eleitoral; a eleição de Tancredo Neves, seu adoecimento e morte; e a posse do vice-presidente José Sarney no cargo de presidente da República.

O Brasil, nos últimos anos da década de 1970, passou por um processo que ficou conhecido como abertura ou distensão. Diferentes projetos pela redemocratização buscavam hegemonia na sociedade. Estudantes, sindicalistas, entidades de classe e outros grupos organizados criaram novos espaços de participação (REIS FILHO, 2002, p. 69)²⁸.

Mesmo entre os militares, havia grupos que discordavam da proposta de abertura “lenta, gradual e segura” do general Ernesto Geisel, presidente entre 1974 e 1979, mas havia

²⁸ Além das organizações políticas e das diversas formas de resistência (armada e cultural, entre outras), destacaram-se, como espaços de convergência da sociedade organizada, Movimento Democrático Brasileiro (MDB), Igreja Católica, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), entre outros (CARVALHO, 2002, p. 185-186).

também os que estimulavam esse processo. E as propostas de grande parte da sociedade civil mais atuante, ainda que com dificuldades, convergiram com as ideias centrais do grupo que detinha o poder entre os militares (FORTES, 2004, p. 20).

Há controvérsias por parte de pesquisadores acerca do momento em que teria terminado o regime militar. Para o historiador Daniel Aarão Reis Filho (2002, p. 11), o marco foi o ano de 1979, com a revogação dos atos institucionais e a lei de anistia. A partir daí, abriu-se um período de transição, até 1988, quando a aprovação de uma nova Constituição restabeleceu as condições de um pleno estado de direito no país. Para ele, “da ditadura fez-se democracia” no período 1979-1988, dentro do qual se encontra o período de vigência do Plano Cruzado.

O jornalista Bernardo Kucinski (2001, p. 133-139) registra que foi a greve do ABC paulista, em 1980, que marcou o começo do fim do regime militar. Ele cita que, ao todo, a transição “lenta, gradual e segura” foi a mais lenta de todas as transições das ditaduras latino-americanas dos anos 1960. Levou 15 anos para ser completada, desde sua primeira formulação, em fins de 1973. Foi também, de fato, a mais gradual, a mais segura. Apesar de alguns momentos de risco, como o das greves dos metalúrgicos e da campanha das Diretas Já, as elites dominantes e seus aliados militares nunca perderam o controle do processo de abertura, que “reafirmou a tradição política brasileira da conciliação entre as elites”.

Outros autores, no entanto, apontam 1985 como o marco do fim do regime ditatorial, pois, no mês de março, um general deu lugar a um civil na presidência. Essa é a posição,

por exemplo, das historiadoras Sônia Regina de Mendonça e Virgínia Maria Fontes (1994, p. 5), que registram esse como o ano que assinalou, em teoria, a tão propalada “transição democrática”, no sentido de restauração da ordem institucional e retorno dos militares aos quartéis.

No plano político, o ano de 1980 foi marcado pelo fim do bipartidarismo e a fundação de diversos partidos, tanto novos, como o dos Trabalhadores (PT) e o Democrático Trabalhista (PDT), como oriundos dos dois partidos do período militar — Movimento Democrático Brasileiro (MDB) e Aliança Renovadora Nacional (ARENA) —, casos do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e do Partido Democrático Social (PDS). Outros que existiam antes da ditadura retomaram suas atividades, por exemplo, o Trabalhista Brasileiro (PTB) e o Socialista Brasileiro (PSB).

O clima de repressão da ditadura tornou o ambiente pouco propício para a existência de movimentos sociais (ou “populares”), que acabariam aflorando ao longo da década de 1980. Não seria correto dizer que o regime militar os bloqueou, mas que conteve sua emergência, pois, por prudência, atuavam de forma discreta ou mesmo semiclandestina (FORTES, 2004, p. 21). Nessa fase, com o crescimento da insegurança social, eles foram se dedicando à promoção dos direitos sociais e econômicos dos setores pobres da população.

Esses movimentos sociais ganharam força com o aumento da participação de novos setores da sociedade. O contexto foi marcado pela ascensão, desenvolvimento e afirmação de diversas formas de participação da sociedade civil. Um

exemplo: em 1984, foi fundado o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), atualmente um dos mais importantes do país.

Esse período foi marcado, também, por uma crescente participação da sociedade civil na vida política nacional. Não se tratava apenas do envolvimento de um número maior de pessoas. Disseminava-se a ideia de que cabia aos brasileiros participar do processo de decisão política — e, efetivamente, passava-se a acreditar que era possível influenciá-lo (NEVES, 1989). Tratava-se de uma conjuntura em que ser cidadão passara a significar o engajamento na vida política da sociedade.

O auge desse período, marcado pelo aumento da mobilização popular, foi a campanha pelas eleições diretas para a presidência, em 1984. Ela foi, sem dúvida, a maior mobilização popular da história do país, se medida pelo número de pessoas que, nas capitais e nas maiores cidades, saíram às ruas (CARVALHO, 2002, p. 188). O movimento “Diretas já” mobilizou boa parte do país entre o fim de 1983 e o início de 1984, com comícios regionais que alcançaram 500 mil pessoas no Rio e um milhão em São Paulo (SKIDMORE, 2003, p. 260).

A campanha teve participação e cobertura ambíguas por parte da imprensa. Alguns órgãos, como a *Folha de S. Paulo*, tiveram papel importante na divulgação do movimento. Outros contribuíram para esvaziá-lo, como ocorreu com a *Rede Globo* (que, posteriormente, acabaria aderindo), a qual noticiou como mera comemoração do aniversário da cidade de São Paulo o comício da Praça da Sé, realizado na cidade em 25 de janeiro de 1984, com a presença de 300 mil pessoas (COSTA, 2004).

Mas a *Rede Globo* garante ser falsa a versão de que a emissora teria omitido que o comício era uma manifestação pelas eleições diretas. Admite, no entanto, que a matéria de dois minutos e 17 segundos sobre o tema provocou polêmicas por não ter feito referência a esse movimento na escalada do *Jornal Nacional*²⁹.

O jornalismo exerceu papel importante durante a ditadura e a abertura política. Ao colaborar para a derrubada do regime autoritário, a imprensa ganhou credibilidade e legitimidade junto ao público leitor (ABREU, 2002, p. 53-54). Ainda que a participação dos diferentes órgãos jornalísticos na transição da ditadura à democracia tenha sido bastante heterogênea, ela conferiu à imprensa um *status* importante de espaço de debates e de agente do processo político.

As editorias de economia também exerceram influência política significativa à medida que iniciaram uma campanha contra a orientação dada à economia, antes mesmo de os empresários se manifestarem. Constituíram-se no canal de expressão das críticas à política econômica do regime militar a partir de 1974, e apresentaram dados e informações sobre taxa

²⁹ Essa posição da *Rede Globo* está registrada no livro *Jornal Nacional: a notícia faz história* (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 156-158). “A cidade de São Paulo festeja os 430 anos de fundação” foi a chamada da matéria, lida pelo apresentador Marcos Hummel, que se referia ao comício como um dos eventos comemorativos do aniversário da capital paulista. Ao chamar a reportagem de Ernesto Paglia, o locutor falou: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé. E, em seguida, Paglia relatou o objetivo político do evento: “pedir eleições diretas para presidente da República”. O texto integral da matéria está reproduzido na página 157 do livro.

de inflação e indicadores econômicos que até então eram ignorados pelo público, o que permitiu análises sobre um comportamento da economia que não coincidia com as informações divulgadas pelo governo (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 77-78).

Apresentaram os resultados de pesquisas econômicas, elaboradas nas universidades e institutos de pesquisa, que continham críticas à política econômica adotada, à distribuição de renda, à pobreza, à questão do emprego, entre outras. O modelo econômico foi utilizado como foco para a contestação ao regime e para questionar a continuidade dos militares no poder. Essa atuação das editoriais de economia provocou respostas de outros atores que até o momento não haviam se manifestado, como os empresários e os sindicatos (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 77-78).

A partir do governo Geisel, a imprensa atuou como mediadora entre grupos representativos da sociedade civil e os militares, em defesa da redemocratização. Houve uma relativa unidade, na atuação da imprensa, ante a possibilidade de intervenção no processo de abertura. Em muitos momentos desse processo, os jornalistas exerceram uma influência política e desempenharam o papel de catalisadores das reivindicações dos diversos setores sociais empenhados na volta à democracia (ABREU, 2003, p. 16).

Mas, apesar da pressão pública, a emenda das “Diretas” não foi aprovada (em 25 de abril de 1984). O esforço foi insuficiente no Congresso controlado pelo governo, onde os proponentes das eleições diretas ficaram com apenas 22 votos da

maioria necessária de dois terços. Outro presidente seria eleito indiretamente. O movimento, no entanto, deu fundamento para a eleição do candidato da oposição no colégio eleitoral da ditadura e determinou o ritmo da transição (SKIDMORE, 2003, p. 260)³⁰.

No que diz respeito à cidadania, a fundação de partidos como o PT e o próprio envolvimento de amplos setores da sociedade na luta pela abertura política e pela anistia para os perseguidos pelo regime militar foram movimentos iniciais de uma trajetória que se aprofundaria ao longo da década de 1980. Apesar de controlada pelo Estado, a transição para a democracia foi acelerada pelos movimentos da sociedade civil.

Segundo José Murilo de Carvalho (2002, p. 184), houve uma tendência dos anos 1980 de abandonar orientações de cúpula e buscar o contato direto com a população. Exemplos foram o movimento sindical, no PT, as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e os chamados movimentos sociais urbanos (como as associações de moradores, tanto de favelas como de

³⁰ Travam-se grandes disputas em torno da composição das chapas para a eleição indireta para a presidência. Formou-se a Aliança Democrática, que reunia políticos de vários partidos, para disputar os votos. O PDS, do qual Sarney era líder na época, lançou a candidatura de Paulo Maluf, apoiada pelo regime militar. Sarney se desligou da agremiação e entrou como vice na chapa de Tancredo Neves, representando a Frente Liberal, dissidência do PDS, e filiou-se ao PMDB. Dissidentes do PDS que eram contrários ao apoio ao candidato do partido do governo formaram um partido, o PFL, e apoiaram Tancredo, candidato da oposição. Os votos dissidentes do PDS (sob a sigla PFL) combinaram-se com os do PMDB para tornar Tancredo o primeiro presidente civil eleito desde Jânio Quadros (SKIDMORE, 2003, p. 261).

classe média e as associações profissionais). A crescente participação em movimentos organizados levou a historiadora Lucília Neves (1997) a caracterizar o período pós-1985 como de “cidadania em expansão”.

É impossível, no entanto, compreender a sociedade brasileira sem levar em consideração seus fortes traços autoritários. Parte dela apoiou o regime militar e ainda hoje apoia, aberta, velada ou cinicamente, a repressão e a violação de direitos, mesmo os elementares. No entanto, de forma pertinente e um tanto irônica, a memória da sociedade tendeu a simplificar o passado recente, enxergando esse período como de exceção, e tendo, como contrapartida, “a ‘Nova República,’ livre, regida pela Lei, o reino da cidadania, a sociedade reencontrando-se com sua vocação democrática” (REIS FILHO, 2002, p. 177).

Assim, nos anos 1980, a prática de cidadania da “Nova República” mostrava claros avanços, mas enfrentava sérias dificuldades. Era profundamente afetada pela recém-terminada ditadura. A retórica do interesse nacional — sedimentada em duas décadas de regime militar e evidenciada na forma como se construiu a cidadania no Brasil —, no entanto, permaneceu (e permanece até hoje), frequentemente sobrepondo-se a leis, regras e direitos instituídos.

A esperança depositada na campanha das diretas foi, de alguma forma, reelaborada e aplicada na candidatura de Tancredo Neves (PINTO, 1989, p. 70). Sua vitória no Colégio Eleitoral foi intensamente celebrada por boa parte da população. Mas em 14 de março de 1985, véspera da posse, ele foi levado às pressas para um hospital de Brasília. O vice, José Sarney,

tomou posse interinamente. Também foram empossados os ministros escolhidos por Tancredo. Ao longo de cinco semanas, o país acompanhou, apreensivo, sua agonia. Com sua morte, em 21 de abril daquele ano, Sarney passou a ser efetivamente o presidente da República.

A agonia e morte do chefe do Executivo foram registradas com destaque em manchetes nas páginas dos grandes periódicos brasileiros. Esse episódio exemplifica a função do jornal como testemunha — e fonte de registro — da história do país.

1.4 A economia em crise e a intensificação da cobertura

Em pleno regime militar ocorreu forte crescimento econômico no país, com um processo de verticalização da indústria e um aumento considerável da produção de bens duráveis. Com o período do “milagre econômico”, o PIB cresceu uma média de 10% ao ano e a inflação, “sob controle”, oscilava em torno dos 20% anuais. O modelo de desenvolvimento adotado permitiu importantes investimentos nas empresas estatais, em especial as de petróleo, produtos petroquímicos, aço, energia e comunicação (ABREU, 2003, p. 23).

Após essa fase, o Brasil enfrentou, em meados da década de 1970, os reflexos da crise mundial do petróleo e da alta internacional dos juros, que desaceleraram a expansão industrial.

Com o financiamento externo mais caro, a economia entrou em um período de dificuldades crescentes, as quais levaram o país, na década de 1980, ao desequilíbrio do balanço de

pagamentos e ao descontrole da inflação. O Brasil mergulhou, então, em uma longa recessão, que praticamente bloqueou seu crescimento econômico.

Assim, a economia, que, entre 1930 e 1980, gozava de uma das maiores taxas de crescimento do mundo, estagnou a partir dos anos 1980, depois que o país foi atingido pela crise da dívida externa. A corrente keynesiana se esgotou mundialmente e a monetarista tomou o seu lugar. E os estados nacionais, a começar pelos EUA, abandonaram qualquer pretensão de controle dos fluxos de capital privado e entregaram o comando da conjuntura econômica mundial ao jogo especulativo dos grandes blocos de capital privado multinacional (SINGER, 2001, p. 124).

No Brasil, o monetarismo constituiu um dos pilares da política econômica governamental após 1964, especialmente durante o período em que Delfim Neto foi ministro da Fazenda (1967-1974), e a partir de 1980³¹.

Na década de 1980, o país se encontrava na euforia da redemocratização, empenhado em redigir nova constituição democrática, social e, por isso, fortemente redistributivista. No cenário internacional, no entanto, os ventos sopravam na direção do neoliberalismo, da priorização da estabilidade dos preços e da austeridade fiscal e monetária. A polarização

³¹ Durante os planos Cruzado (1986), Bresser (1987), Verão (1989) e Collor (1990), o monetarismo foi interrompido pela utilização de dispositivos como o congelamento de preços e o bloqueio de ativos financeiros, que colidem com suas recomendações. A partir do Plano Real (1994), as políticas monetaristas voltaram a prevalecer (SANDRONI, 2005, p. 573).

entre a vocação do mercado interno, que exigia redistribuição de renda e aceleração do crescimento, e a atração do mercado global, que exigia redução do gasto e do tamanho do Estado e recessão, levou a um impasse, traduzido na longa crise inflacionária (SINGER, 2001, p. 124).

A redemocratização veio acompanhada de mudanças na estrutura econômica do país, com a passagem de um capitalismo de Estado para um capitalismo financeiro. A partir da segunda metade dos anos 1980, o Brasil aprofundou o processo de globalização, quando o modelo de desenvolvimento baseado na industrialização por substituição de importações foi considerado ultrapassado. Uma nova visão do Estado tornou-se predominante entre os dirigentes políticos, e o intervencionismo estatal, que havia feito a transição da sociedade agroexportadora para a urbano-industrial, passou a ser identificado como atraso, enquanto o símbolo do moderno tornava-se o mercado, a livre iniciativa e o internacionalismo.

Depois da redemocratização e, sobretudo, ao longo do processo traumático de tentativas para estabilizar a moeda, que tomou os dez anos seguintes, ocorreu um movimento de ampliação da imprensa de economia no país. Ela foi se especializando cada vez mais. Isso foi necessário para que o público entendesse a complexidade das questões envolvidas nas tentativas de proceder à estabilização da moeda; entendesse como e por que o Brasil tinha quebrado, nos idos de 1981; quais as novas condições da retomada do crescimento e por que era uma nação tão injustamente dividida entre ricos e pobres. As redes de televisão, que pouco espaço davam à economia, passaram

a preocupar-se com o tema, e também surgiram publicações segmentadas, como *news letters* e revistas especializadas (BASILE, 2002, p. 75).

É importante lembrar que, até os anos 1970, a empresa jornalística era controlada por seu proprietário (ou por sua família), o que lhe dava a possibilidade de um total domínio sobre a orientação política e o noticiário. As transformações técnicas, acompanhadas de novos métodos racionais de gestão, incentivaram uma renovação na direção empresarial e nas redações. A partir das décadas de 1970 e 1980, o poder nas empresas adquiriu outra dimensão: não estava mais nas mãos de um dono só. O controle acionário passou a ser exercido por um número maior de membros da família, e quem dirigia eram os herdeiros da segunda geração ou novos proprietários.

Os donos dos meios de comunicação se tornaram homens de organizações profissionais: eram agora economistas, administradores, engenheiros de produção, engenheiros de informática, submetidos a conselhos de administração, a comitês de diretoria e coordenação. Sobre isso, vale registrar que:

Como empresa comercial, a mídia atuou de acordo com as regras do mercado e com a lógica do capitalismo, em busca do lucro. Os empresários da mídia, para enfrentar a concorrência, fizeram grandes investimentos em novos equipamentos de impressão e transmissão e na informatização dos estúdios e das redações. Os altos investimentos na modernização da produção exigiram uma rentabilidade maior, fazendo com que os empresários buscassem aumentar a venda de espaço publicitário,

o que passou a ser um objetivo prioritário dentro das empresas (ABREU; LATTMAN-WELTMAN, 2006, p. 76).

E a expansão da imprensa brasileira de economia se intensificou, portanto, nos anos 1980, em um processo que vinha evoluindo desde as duas décadas anteriores. Após os anos 1960, adquiriu maior expressão para refletir tendências, reações e comportamentos do mercado financeiro. Depois dos anos 1970, a *Gazeta Mercantil*, revistas semanais de informação econômica e técnica, como *Senhor e Exame*, e programas de economia no rádio e na TV projetaram e revitalizaram no país esse tipo de jornalismo (BAHIA, 1990a, p. 225).

O mercado das notícias de economia saltou de uma demanda pequena para uma elevada, estimulada pela mudança de hábitos dos consumidores e pelo processo de desenvolvimento econômico e social. O novo público consumidor desse tipo de informação reunia empresários, economistas, assessores técnicos privados e governamentais, estudantes de economia e administração, investidores das Bolsas, especuladores financeiros. Sobre essa expansão de leitores, é importante verificar:

Um público que no passado recente conhecera padrões de cobertura econômica do nível de um *Jornal do Commercio*, de uma *The Economist* ou de um *The Wall Street Journal*, amplia-se e diversifica-se para consumir informações impressas e audiovisuais cujos critérios classificatórios compreendem natureza jurídica (edições privadas, semiprivadas, oficiais); caráter técnico (especialidade noticiosa,

científica etc.); periodicidade (diária, semanais, quinzenais, mensais, semestrais, anuais); e formato — jornais, revistas, cartas de notícias, boletins, programas de rádio e de televisão (BAHIA, 1990, p. 226).

O aumento de espaço e de tempo que os veículos dedicaram à economia, dos anos 1960 em diante, foi decorrente também da demanda do mercado e da dinâmica do processo de comunicação. O tratamento da notícia, as técnicas de editoração, o processamento de dados foram fatores que contribuíram para a nova forma e estilo do jornalismo de economia (BAHIA, 1990, p. 226).

E a consequência mais significativa dessa mudança foi que a informação do campo econômico se libertou do limitado interesse das elites para começar a se popularizar. A sua audiência, nos países em desenvolvimento, como o Brasil, incorporou investidores populares cada vez mais interessados em saber o que é *spread*, estagflação, debêntures, recessão, quanto rende a poupança, quais os danos da dívida externa à situação interna, por que o déficit público agrava a inflação etc³².

³² Conforme explica Sandroni (2005, p. 795, p. 313 e p. 224): *Spread* é a taxa adicional de risco cobrada, sobretudo (mas não exclusivamente) no mercado financeiro internacional; estagflação é a situação na economia de um país na qual a estagnação ou o declínio do nível de produção e emprego se combinam com uma inflação acelerada; e debênture é um título mobiliário que garante ao comprador uma renda fixa, ao contrário das ações, cuja renda é variável. O portador de uma debênture é um credor da empresa que a emitiu, ao contrário do acionista, que é um dos proprietários dela.

1.5 Folha e O Globo: a configuração das páginas de economia nos anos 1980

A conjuntura dos anos 1970-1980 foi propícia à ampliação do jornalismo de economia. Nesse sentido, duas questões compõem esta seção: quais são as memórias dos jornalistas sobre as mudanças na cobertura no período que se seguiu a redemocratização do país? Houve alterações nas páginas dessa editoria na *Folha* e em *O Globo* nesse período?

A *Folha*, da Empresa Folha da Manhã, foi fundada em 1921 e se tornou, na década de 1980, o jornal mais vendido no país. Nasceu como *Folha da Noite* — a primeira de um trio de Folhas que incluiria ainda a da *Tarde* e a da *Manhã* —, em meio às contradições políticas e econômicas da Velha República brasileira, particularmente nos cenários paulista e paulistano.

Em mais de 80 anos de existência, a *Folha* se caracterizou por oscilações de posição política e pela contínua renovação das formas de conceber e fazer jornalismo. Da iniciativa pioneira de Olival Costa e seus parceiros, na efervescente década de 1920, passando pelas gestões de José Nabantino Ramos e de Carlos Caldeira Filho e Otávio Frias de Oliveira³³, nos anos 1950 e 1960, até a reforma protagonizada por Cláudio Abramo e acelerada por Otávio Frias Filho no último quarto do século XX, um traço do jornal foi a permanente capacidade de se amoldar a novas circunstâncias históricas e de se atirar à busca do novo (ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 146).

³³ As Folhas foram vendidas por Nabantino no dia 13 de agosto de 1962, por 1,5 bilhão de cruzeiros (TASCHNER, 1992, p. 99).

O Projeto Editorial de 1984, elaborado já sob os rumos da abertura do país, defendeu — no discurso da empresa — que a *Folha* adotasse um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno. No mesmo ano, foi implantado o *Manual da Redação*, editado em livro. Foi o primeiro veículo de comunicação do Brasil a adotar a figura do *ombudsman*³⁴ e a oferecer conteúdo *on-line* a seus leitores.

O jornal é organizado em cadernos temáticos diários e suplementos e tem circulação nacional. Com o título *Folha Dinheiro*, o caderno de economia aborda a conjuntura econômica, brasileira e internacional, e o mundo dos negócios. A opinião, marca registrada da linha editorial da *Folha*, tem lugar de destaque na página 2 da editoria, com artigos e análises de colaboradores fixos.³⁵

Como se deu a configuração da editoria de economia no periódico paulista, sobretudo a partir dos anos 1980? Essa editoria faz parte de um processo de renovação editorial da *Folha*, iniciado na década de 1970, e cuja meta era transformá-la em um grande “jornal de opinião” nacional. Otavio Frias Filho,

³⁴ Cargo criado pela *Folha*, em 1989, com as seguintes atribuições: redigir diariamente crítica interna sobre o trabalho da redação, ouvir os leitores e preparar uma coluna pública semanal com críticas aos meios de comunicação e ao próprio jornal.

³⁵ Um dos destaques da editoria de economia da *Folha* era a coluna assinada por Luís Nassif, que entrou na *Folha* em 1983 e escrevia para a seção *Dinheiro Vivo*, que criou. Depois de 15 anos de trabalho conjunto, no dia 13 de agosto de 2006, Nassif saiu da *Folha* e passou a se dedicar aos novos projetos da sua empresa, a *Agência Dinheiro Vivo*. No final dos anos 1980, a Agência introduziu o jornalismo eletrônico no país. Foi a primeira a trabalhar no conceito multimídia, com a informação sendo distribuída para os terminais em tempo real. Na época, Nassif foi obrigado a descontinuar o serviço em tempo real (NASSIF, 2006).

que assumiu a direção do veículo em 1984, disse (em uma entrevista concedida a Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman em 8 de dezembro de 1997) que as reformas feitas no jornal tinham como objetivo torná-lo mais politizante, no sentido de “forçar aos poucos os limites do que então se chamava de abertura”.³⁶

A editoria de economia passou por adaptações nessa época. O jornalista Gabriel Sales, que chegou à *Folha* em 1982, a convite do então editor dessa área, Teodoro Meissener, para ser o segundo da editoria, lembra como foi o período de reformas do jornal: “A *Folha* já estava numa fase de mudanças. [...] E também uma fase de mudanças na editoria de economia, em que passaram uns dez editores assim num período muito curto”³⁷.

Essa editoria havia sido estruturada dentro do jornal, no final dos anos 1960, com a participação do jornalista Roberto Müller Filho, que relata o seguinte sobre o período:

Naquela época, as seções de economia eram pequenas, muito burocráticas. Tive a oportunidade de viver o crescimento dessa área na imprensa escrita. Voltei a ser editor de economia da *Folha* acho que umas duas vezes e aí eu já fazia um caderno. A economia cresceu, as empresas estavam se profissionalizando, começava a haver mais investimentos estrangeiros, inspirados pela confiança que o Brasil passou a despertar em decorrência de o governo

³⁶ Entrevista de Otavio Frias Filho concedida a Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman em 8 de dezembro de 1997.

³⁷ Entrevista de Gabriel Sales concedida ao jornalista José Venâncio de Resende e publicada em 2005.

militar e da aliança estratégica com os americanos... Acho que essas foram algumas razões que fizeram com que os jornais passassem a ter seções de economia muito mais fortes. Por outro lado, havia uma demanda reprimida de informações de negócios. Isso entrou na minha cabeça, e foi essa percepção que me ajudou mais tarde a conceber o projeto da *Gazeta Mercantil*³⁸.

Inicialmente, a *Folha* tinha uma editoria de economia pequena, mas aos poucos ela foi ganhando importância dentro do jornal. Em 1971, já tinha um caderno de 16 a 20 páginas, sobre a responsabilidade de Matias Molina. Com a subida ao poder do general Ernesto Geisel, o periódico entrou em uma fase de importante reformulação, sob a orientação do jornalista Cláudio Abramo, que prosseguiu nos anos seguintes.

A *Folha* foi, claramente, o jornal escolhido pelos estrategistas da abertura política como um dos mediadores nesse processo. Durante o período de maior repressão, o diário aca-
tô as instruções dos órgãos de censura e se identificava com as posições do regime militar. Sobre isso, explicou Frias Filho:

Desde o início do governo Geisel, já não havia censura à chamada grande imprensa. A censura foi mantida em relação aos jornais alternativos, mas, em relação à grande imprensa, salvo engano meu, as ordens cessaram antes mesmo da posse do

³⁸ Müller trabalhou por mais de 20 anos na *Gazeta Mercantil* — periódico especializado na cobertura de economia e negócios — e foi responsável pelo processo de modernização desse jornal na década de 1970. A entrevista citada foi concedida a Alzira Alves Abreu em 27 de agosto e em 28 de setembro de 2002.

Geisel. A *Folha* havia sido um dos veículos, no governo Médici, que deliberaram acatar as instruções da censura. Ela não teve a atitude que tiveram outros veículos, como a *Veja*, o *Estado de S. Paulo*, por exemplo, ou o *Jornal do Brasil*, no Rio, de se negar a acatar essas ordens e ter um censor na redação. As ordens cessaram já no final de 1973, na pior das hipóteses no começo de 1974, mas, a partir da morte de Vladimir Herzog, realmente, o jornal passou a agir com muito mais desenvoltura. Isso foi num crescendo. [...] A *Folha* já tinha se tornado quase um porta-estandarte da luta pela democratização, pela anistia, pela Constituinte etc., e tinha uma posição muito visível de crítica, e até de fustigação do governo e do regime.

Em meio aos ares da abertura e do abrandamento da censura, nos anos 1980, a editoria de economia, sob a chefia de Joelmir Beting, aprofundou o debate sobre a distribuição de renda no país, sobre a continuidade do processo de industrialização e seu financiamento e sobre o papel dos sindicatos e o futuro do sindicalismo, convidando especialistas das áreas acadêmica e empresarial para escrever em suas páginas. Nomes como José Serra, Eduardo Suplicy, Emílio Matsumoto e Jair Borin colaboraram com o jornal (ABREU, 2003, p. 63).

Em julho de 1985, o Projeto Editorial da *Folha* definiu, como uma orientação para a editoria de economia, dar enfoque no tratamento dos temas com a sofisticação técnica que os assuntos do setor reclamavam, mas evitar o jargão e a linguagem cifrada. A recomendação era a seguinte:

A própria tecnicidade de que se revestem os assuntos econômicos impõe uma obsessão redobrada com o didatismo, por um lado, e com a exatidão, por outro. Precisamos encontrar um balanceamento adequado entre macro e microeconomia, desenvolvendo melhor a cobertura nessa última área (empresas e negócios) e aprofundando a investigação de bastidores na primeira bem como as implicações, nela, entre fatos aparentemente isolados.

A orientação era de que a editoria deveria ser dedicada também à cobertura dos conflitos entre capital e trabalho, e ter uma preocupação especial em publicar a versão dos vários lados envolvidos. O jornalismo opinativo também ganhou mais espaço. Em 1985, o jornal queria consolidar uma coluna de bastidores do mundo dos negócios, então chamada *Painel Econômico*, seção que tinha sido editada por vários jornalistas. Naquela fase, não tinha estilo próprio, pois os responsáveis, embora competentes, dedicavam-se a outras atividades na redação, conforme lembra o jornalista Frederico Vasconcelos, que já tinha experiência acumulada nas funções de repórteres, editor e secretário-adjunto de redação da *Gazeta Mercantil* e foi convidado para trabalhar na *Folha* (VASCONCELOS, 2008, p. 16). Ele elaborou um pequeno projeto para essa coluna. Propôs que pudesse abrigar informações *off the records*, sem mencionar fontes, e também que todas as notícias relevantes apuradas fossem publicadas apenas nesse espaço, para que ele se valorizasse. Propôs também se dedicar apenas à coluna. Depois de alguns meses, segundo ele relata, o *Painel Econômico*

começou a se firmar como uma seção influente. Conseguiu, depois, ganhar lugar nobre, no alto da segunda página do caderno de economia.

No aniversário de 70 anos, em fevereiro de 1991, a *Folha* passou por mais uma reforma editorial e mexeu na editoria de economia. Passou a circular com uma nova organização de seus cadernos: o primeiro caderno passou a se chamar Brasil (com cobertura de política e política econômica); o segundo, criado naquela época, foi chamado de Mundo (cobertura internacional); e o terceiro é o Dinheiro, que fundiu os antigos cadernos de economia (sem o noticiário de política econômica) e de negócios. A proposta era oferecer cobertura da economia privada e informações indispensáveis para o pequeno investidor. O quarto caderno era composto pelas editorias de Cidades e Esporte.

Outras reformas gráficas foram feitas depois. Em 2006, apresentou-se a seguinte orientação para a editoria de economia:

A conjuntura econômica, brasileira e internacional, e o mundo dos negócios são o principal alvo do caderno *Folha Dinheiro*. A seção *Opinião Econômica* tem como objetivo manter o pluralismo de opiniões. Com informações precisas, linguagem clara e elucidativa, o caderno orienta quanto a investimentos, traz indicadores econômicos e faz a cobertura de temas que mereçam atenção especial em função da conjuntura econômica.

E qual foi a configuração da editoria de economia de *O Globo*? Lançado em 29 de julho de 1925, o jornal foi a primeira

empresa das Organizações Globo. Atualmente, as notícias sobre fatos econômicos ocupam em torno de sete páginas de uma média de cem (incluindo todos os cadernos e suplementos e os classificados), divididas com espaço publicitário. A manchete, em geral, é macroeconômica e há preocupação com a economia do Rio de Janeiro.

É uma publicação atenta em conquistar leitores com assuntos de interesse do consumidor. Tem uma página chamada *Defesa do consumidor*, uma seção semanal, publicada às quartas-feiras, desde 25 de novembro de 1981, e que, a partir de 17 de setembro de 2000, passou a sair também aos domingos. A proposta do jornal, ao criá-la, era destinar um espaço para que os leitores pudessem denunciar práticas ilegais e reclamar de empresas, de órgãos do governo e de concessionárias de serviços públicos. Inicialmente, ocupou uma página inteira na editoria *Grande Rio* e, posteriormente, na de economia. Funciona como um guia para os consumidores conhecerem seus direitos e deveres e teve especial importância na prestação de serviços durante a implementação dos planos econômicos das décadas de 1980 e 1990³⁹.

³⁹ De acordo com informações do setor *Memória da Globo*, no início, essa seção recebia em média 40 cartas por semana. Atualmente, recebe cerca de 60 por dia. São essas correspondências que inspiram os temas abordados. Ao se constatar que um problema vem atingindo muitos leitores, prepara-se uma matéria sobre o assunto, ao mesmo tempo em que se oferece o caminho para o leitor tentar solucionar a questão nos órgãos de defesa do consumidor ou na justiça. Durante oito anos, ficou sob a responsabilidade da jornalista Vânia D'Ávila. Mais tarde, quando passou para a editoria de economia, Nadja Sampaio assumiu. Entre 1982 a 1993, foi publicada como uma pequena coluna, chamada *Queixas e Respostas*, que ajudava o leitor a solucionar seus principais problemas. Em 1996,

A editoria de economia de *O Globo* também tem espaço de opinião e análise dos fatos econômicos, com destaque para a coluna diária *Panorama Econômico*, que começou a ser publicada na segunda página da editoria de economia em 3 de maio de 1960. A proposta do jornal era criar um espaço que juntasse diariamente, com o noticiário, informações, comentários e pequenas notas da área de economia.

“A importância a cada dia maior dos assuntos econômico-financeiros, cuja projeção nacional e internacional não se pode desconhecer, levou *O Globo* a criar uma nova seção a eles dedicada.” Essa foi a chamada na primeira página no lançamento de *Panorama Econômico*. A coluna publicava comentários sobre a conjuntura econômica ou sobre a política governamental, aos quais se seguiam pequenas notas informativas, que iam desde índices estatísticos até notícias de visitas de autoridades internacionais⁴⁰.

O contexto do período do “milagre econômico” e da censura política fez com que a economia se tornasse o grande assunto da imprensa no início da década de 1970 e também foi responsável por muitas manchetes de *O Globo*.

começou a sair *Mala Direta*, espaço no qual as empresas respondem às queixas dos consumidores.

⁴⁰ No início, segundo o setor de *Memória Globo*, o responsável pela coluna era o jornalista João Alberto Leite Barbosa, especializado em questões econômico-financeiras. Ele parou de assiná-la em 1966. A partir de então, ela deixou de ser assinada e era escrita por diferentes jornalistas de *O Globo*, que se alternavam. Em 1986, Vidor assumiu o cargo de editor de economia e passou a assinar a coluna com a preocupação de publicar “furos”. Em 1994, foi substituído por Miriam Leitão.

Um processo de mudanças em *O Globo* foi iniciado em 1972, logo após Evandro Carlos de Andrade assumir a direção da redação. A estratégia de Roberto Marinho, ao lhe entregar o cargo, era a de reformular o periódico para torná-lo competitivo e disputar a liderança com o *Jornal do Brasil*. *O Globo*, conforme registra Abreu (2001), era um veículo conservador que havia apoiado a derrubada do regime constitucional em 1964 e que não se renovava. Estava com uma imagem desgastada, era o mais identificado com o regime militar e começara a perder leitores e espaço publicitário.

Uma pesquisa, encomendada pela direção do jornal em 1967, mostrou que a idade média dos leitores de *O Globo* era de 45 anos e não havia renovação. Isso significava que a expectativa de vida dos leitores era muito baixa e que em poucos anos tenderiam a desaparecer. Além disso, era um periódico que não tinha importância nacional, com um noticiário centrado na cidade do Rio de Janeiro (ABREU, 2001; 2003).

A decisão de rejuvenescer *O Globo* foi tomada por seu proprietário quando já se avizinhava a crise que levou ao desaparecimento de vários jornais na década de 1970 — como o *Correio da Manhã*, o *Diário de Notícias* e *O Jornal* — e provocou a decadência de outros, como o *Última Hora*. Tornava-se urgente o aumento do seu faturamento, já que a introdução de novas tecnologias exigia altos investimentos e a reestruturação da redação e da gestão da empresa.

Nesse contexto, a reestruturação da editoria de economia foi uma das primeiras preocupações do novo diretor de redação, que permaneceu no cargo por 24 anos. Sobre sua

chegada à direção de *O Globo*, Evandro Carlos de Andrade contou, em 1997, que as mudanças foram feitas aos poucos:

Quando eu entrei, por exemplo, não havia uma editoria de economia estruturada. A imagem do jornal também estava desgastada por ter ficado associada à força muito grande que tinha na redação a seção de polícia. Enfim, havia a incumbência dada pelo Dr. Roberto (Marinho) de modificar aquilo, mas aos poucos, e convivendo com uma realidade política que ainda era a ditadura⁴¹.

Para organizar a editoria de economia, foi contratado, em 1972, o jornalista Ismar Cardona. Esse setor contava, nesse momento, com dois ou três repórteres, sob a chefia de Pery Cotta. Para reestruturar-se e competir no mercado, era preciso formar uma equipe mais profissional e dar uma nova orientação ao noticiário. Com esse objetivo, foi montada uma equipe constituída por 22 jornalistas, qualificados e engajados em partidos ou movimentos de esquerda.

Cardona contou, em entrevista concedida ao jornalista José Venâncio de Resende e publicada em 2005, que a ideia era criar uma editoria de economia ágil, moderna e agressiva, algo considerado fundamental para a nova fase de *O Globo*, a fim de que passasse a disputar os balanços com o *Jornal do Brasil*, que tinha o monopólio de sua publicação. “Sem uma editoria

⁴¹ Quando Evandro Carlos de Andrade morreu, em 2001, aos 69 anos, ocupava há quase seis o cargo de diretor de Jornalismo da *TV Globo*. A entrevista citada foi concedida a Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman em 29 de outubro de 1997.

de economia eficiente, o jornal ficava sem os balanços e sem eles não tinha acesso ao *filé mignon* da receita publicitária dos jornais em alguns meses do ano. Estávamos vivendo o auge do chamado milagre brasileiro”, disse.

Aos poucos, a editoria adquiriu a conformação que passaria a ter ao longo dos dez anos seguintes. Cardona conta que, em vez de cobrir as principais áreas da economia por zona, a editoria chegou a ter, no mínimo, um repórter especializado para cada uma ou duas das principais áreas da economia: construção naval, construção civil, BNH, seguros, ministérios da Fazenda e do Planejamento, BC, mercado de capitais, Bolsa de Valores, Petrobras, energia, mineração, petroquímica e abastecimento. Essa setorização também ocorreu porque, em boa parte dos anos 1970, os centros de decisão política econômica ainda estavam localizados no Rio de Janeiro.

O resultado da ampliação da cobertura de economia, na avaliação de Evandro Carlos de Andrade, fez com que essa editoria “se tornasse a principal de toda a imprensa” naquela época. Além das mudanças nessa seção, as medidas iniciais do processo de reformulação de *O Globo* incluíram a reestruturação das sucursais nos estados e a compra de serviços da Agência Estado, o que reforçou o diário do ponto de vista informativo. A chamada cobertura policial foi integrada, nessa reforma, à reportagem geral. O copidesque, que era o meio de padronizar a linguagem do jornal, foi descentralizado, e cada editoria passou a ter os seus redatores. Essa decisão ajudou a tornar o periódico mais diversificado (ABREU, 2001; 2003).

Houve também uma reestruturação dos cargos e salários da redação, para melhorar o padrão salarial, e, ao mesmo tempo, deu-se a exigência de dedicação exclusiva dos jornalistas à empresa. O acúmulo com cargos públicos ou em outras empresas foi abolido nos novos contratos.

Outras transformações ocorridas foram: o lançamento do *Classifone*, em 1975, que ampliou a venda de espaço no Caderno de classificados, criado em 1969; a edição matutina; o lançamento da edição dominical (1972) e o forte investimento em vendas por assinatura. Mas foi a reorganização da redação em editorias e a criação da editoria de economia que representou um grande salto de qualidade para *O Globo* (ABREU, 2001, p. 3).

Quadro 1 – Evolução do jornalismo de economia 1950-1980

Características	Década de 1950	De 1960 a 1970	De 1970 a 1980
CARACTERÍSTICAS GERAIS DA COBERTURA DOS FATOS ECONÔMICOS	<p>Cobertura incipiente dos fatos e marcada pela improvisação;</p> <p>Pouco espaço para a notícia econômica.</p>	<p>Começava a se delinear nos jornais uma cobertura sistemática dos assuntos econômicos, mas ainda havia improvisação;</p> <p>Criação de páginas ou cadernos de economia nos grandes jornais.</p>	<p>Aumentava a cobertura, em função do crescimento econômico do país, e diminuía a improvisação;</p> <p>A notícia de economia ocupava definitivamente um espaço nas páginas dos grandes jornais.</p>

(Continua)

Características	Década de 1950	De 1960 a 1970	De 1970 a 1980
TRATAMENTO DA ECONOMIA PELOS JORNAIS	<p>Os temas econômicos eram tratados pelos jornais sem qualquer distinção das demais notícias. Havia preferência pelo noticiário da área política;</p> <p>Os editores dos grandes jornais de cobertura geral entendiam que as matérias dos setores comercial e industrial tinham caráter promocional e que deveriam ser tratadas como “matérias pagas”;</p> <p>Predominava o colunismo — jornalismo mais analítico que noticioso. Pequenas notas ou artigos isolados tratavam de questões específicas relacionadas com os interesses do comércio e dos cafeicultores, com informações sobre produção, exportação, movimento de portos ou taxas cambiais;</p>	<p>Notícias de economia ainda eram editadas lado a lado com outras de temas gerais. E, com o Golpe de 1964 e a ausência de atividade política, o jornalismo político ia se silenciando;</p> <p>O discurso oficial concentrava-se agressivamente em tecer elogios aos feitos do governo na área econômica e crescia o jornalismo de economia;</p> <p>Os jornais começavam a oferecer aos leitores informações de serviço e de utilidade pública.</p>	<p>O noticiário econômico não tratava de questões polêmicas. Era a época do “milagre econômico”;</p> <p>Os jornais faziam abordagens positivas de grandes operações financeiras internas ou externas, sobre novas linhas de produção industrial, e discussões acadêmicas sobre economia;</p> <p>Crescia o jornalismo de negócios e serviços.</p>

Quadro 1.1 – Evolução do jornalismo de economia 1950-1980

Características	Década de 1950	De 1960 a 1970	De 1970 a 1980
ORIGENS DAS NOTÍCIAS	<p>Originadas nas agências estrangeiras de informação, nas câmaras do comércio ou no Ministério da Fazenda;</p> <p>A cobertura específica da indústria e do comércio ficava sob a responsabilidade dos jornais do comércio, alguns editados pelas associações patronais nos estados.</p>	<p>Os assuntos abrangiam setores da indústria, portos, siderurgia, energia, preços, agricultura;</p> <p>Não havia ainda a cobertura regular da Bolsa de Valores e do mercado de capitais.</p>	<p>Os jornais de cobertura geral e grandes tiragens começavam a marcar presença no setor, acompanhando e difundido os negócios, o movimento das Bolsas de Valores, o novo mercado de capitais e acompanhando as decisões do CMN.</p>
FORMAÇÃO DOS JORNALISTAS	<p>Faltava especialização, entre os repórteres, para a cobertura dessa área específica;</p> <p>Predominava o colunismo.</p>	<p>Com o crescimento da editoria de economia, o trabalho de apuração das informações passava a ser segmentado por setores econômicos específicos. Surgia a especialização.</p>	<p>Tendência de aumento da especialização por meio de cursos de treinamento e informação promovidos por segmentos específicos.</p>
LEITORES	<p>O noticiário era acompanhado por um reduzido grupo de interessados.</p>	<p>Começava a aumentar a demanda por notícias de economia.</p>	<p>Expansão do número de leitores;</p> <p>O novo público consumidor de informação econômica reunia empresários, economistas, assessores técnicos privados e governamentais, estudantes de economia e administração, investidores das Bolsas e especuladores financeiros.</p>



JORNALISTAS DE ECONOMIA NO BRASIL: trajetória profissional e poder simbólico

Quais são os profissionais que se tornaram referência no jornalismo de economia? Como conquistaram esse capital simbólico? Como se posicionam com relação à sua atuação nesse subcampo? Qual é o perfil de quem cobre essa área? Essas questões perpassam este capítulo, que tem como proposta abordar a trajetória dos jornalistas que atuam nessa cobertura específica, no Brasil, e os valores reiteradamente afirmados que conformam a identidade desse profissional.

A análise do perfil do jornalista de economia será feita do “particular” para o “geral”. Explica-se: iniciamos com a abordagem sobre o que chamamos de “jornalistas-personalidades”, ou de referência, nessa cobertura, a partir dos relatos dos próprios profissionais que atuaram na imprensa brasileira, durante o período estudado, nos diferentes veículos de comunicação: jornal impresso, rádio e televisão. Foram realizadas,

em 2007, entrevistas com os jornalistas Joelmir Beting, Luís Nassif e Miriam Leitão (por ordem de tempo de atuação).

Na sequência, a reflexão parte para um quadro geral: verifica-se o perfil do profissional que atua nessa editoria, a partir da coleta de informações sobre um número maior de membros dessa categoria. Nessa etapa, a opção foi pela análise documental de três fontes: uma pesquisa feita no 1º Encontro de Jornalistas de Economia, realizado no dia 27 de outubro de 1979, no Rio de Janeiro, com 82 participantes (QUINTÃO, 1987); outra, com 55 profissionais da imprensa do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília sobre o jornalismo de economia na transição democrática (ABREU, 2001; 2003); e um levantamento do currículo de 491 jornalistas de todo o país, realizado entre dezembro de 2004 e maio de 2005 (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005).

A análise documental, aqui, compreendeu a identificação e a verificação das referidas pesquisas, funcionando como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. As fontes, nesse caso, foram de origem secundária: constituíram conhecimento, dados ou informação já reunidos ou organizados por outro pesquisador (MOREIRA, 2005, p. 269-279).

2.1 Jornalistas-personalidades ou de referência

Joelmir Beting, Luís Nassif e Miriam Leitão estão entre os principais jornalistas de economia da imprensa brasileira no início do século XX. Eles atuaram durante a cobertura dos planos econômicos que compõem o recorte de análise desta pesquisa e têm o diferencial de trabalharem simultaneamente

em diferentes veículos de comunicação.⁴² Esta seção é composta pelos relatos deles sobre suas próprias carreiras e de uma reflexão sobre o capital simbólico que acumularam e por que alcançaram o *status* de referência nessa área.

Bourdieu (1997, p. 57-58) diz que, para tentar compreender o que pode fazer um jornalista, é preciso ter no espírito alguns parâmetros. O primeiro é a posição do órgão de imprensa no qual ele se encontra no campo jornalístico: é preciso conhecer o poder específico que possui o veículo de comunicação no qual o jornalista atua e que se mede, entre outros indícios, por seu peso econômico, pelas fatias de mercado, mas também por seu peso simbólico, mais difícil de quantificar. Em segundo lugar, sua própria posição no espaço do jornal ou da emissora na qual trabalha.

Dessa forma, é preciso verificar onde esses jornalistas de economia trabalharam no período estudado e qual a posição deles no espaço do veículo. Os três atuaram, ao longo de suas carreiras, nos principais meios de comunicação do país e ganharam prêmios jornalísticos. O que atuou há mais tempo na imprensa brasileira — pouco mais de meio século — foi Joelmir Beting (que morreu em 2012).

Descendente de alemães, nascido em 21 de dezembro de 1936, em Tambaú (SP), ele contou como foi o início de sua

⁴² Logicamente, há outros jornalistas que se destacaram na imprensa de economia, como George Vidor, Paulo Henrique Amorim, Sidnei Basile e Lillian Witte Fibe (que trabalhava na *TV Globo* durante os planos econômicos e se destacou ao entrevistar a ministra Zélia Cardoso sobre o Plano Collor), mas que não necessariamente atuaram em vários e diferentes veículos ao mesmo tempo durante o período abordado neste livro.

carreira, como revisor do *Diário da Noite*, em 1956, aos 19 anos, ainda enquanto estudava na USP:

Eu comecei no futebol e não em economia. Eu estava estudando Sociologia na USP. Estudei de 1956 até 1961. Quando eu me formei, em 1961, aí eu resolvi sair do jornalismo esportivo para o jornalismo econômico. Mas, antes disso, eu tive de aguardar a Copa do Mundo de 1962, só depois é que eu deixei o jornalismo esportivo e fui para o econômico, inicialmente cobrindo o setor da indústria automobilística, que estava, no caso do Brasil, decolando. Havia uma lacuna ali, na informação para consumidor de automóvel. Foi o primeiro foco no consumidor, porque até então a gente só noticiava os lançamentos das fábricas, as provas, os modelos, mas não falava do mercado, do consumidor brasileiro, da inclusão que estava ocorrendo já no índice de motorização da população, e já então em plena era fusca. Então, comecei a trabalhar nessa linha.

Com pouco tempo na *Folha de S. Paulo*, onde ingressou em 1964, Beting assumiu a função de editor de economia. Sobre essa mudança, ele contou:

Em 1964-1965, houve uma baita discussão nacional sobre privatização e desnacionalização da fábrica nacional de motores, que acabou sendo comprada por um italiano da Alfa Romeo, que inclusive na época era independente, não pertencia ainda à Fiat. Aqui, no Brasil, ainda havia uma certa abertura política, antes do AI-5, então houve uma discussão aberta, inclusive no Congresso, contra a

alteração. Eu fiz um trabalho no qual demonstrava os dois lados da moeda, qual era a possibilidade da gente desenvolver a indústria nacional ou fracassar nesse projeto e atrasar tudo. Então, fiz um trabalho chamado *Vida, paixão e morte da Fábrica Nacional de Motores (FNM)*, que teve muita repercussão, foi colocado nos anais do Congresso. E eu estava na *Folha* e me descobriram. O Octavio Frias me chamou até o gabinete e me disse: ‘Você gostaria de ser o editor de economia?’ Eu disse: ‘Editor de economia? Não sei que bicho é esse.’ E ele falou: ‘Nós não temos uma editoria de economia, e você vai lançar uma editoria de economia.’ Daí eu comecei para valer no jornalismo econômico, mas já como editor de economia. Entrei de paraquedas, de cima para baixo como editor, não fiz nenhum estágio na redação. Como encarregado da cobertura de automóveis, eu não trabalhava na redação, trabalhava fora. Tinha uma coluna semanal. E nada além disso.

A ascensão repentina ao cargo de chefia demonstra que predominava certa improvisação na composição dos quadros nas redações. Não havia ainda uma preocupação excessiva com a formação ou a experiência dos profissionais que eram contratados. No caso de Beting, ele não tinha prática como editor, mas tinha como diferencial uma formação acadêmica voltada para o estudo da economia:

Eu fiz o curso de ciências sociais na USP, com grande interesse pelas disciplinas de economia política, e depois fiz mestrado em Sociologia Industrial. Então, basicamente, é o seguinte: eu estudei cinco anos de doutrina econômica ou de economia política

que, para o jornalismo econômico, é o que mais prevalece, o que mais interessa. [...] E isso eu fui adaptando para a linguagem de jornal, para a mídia impressa. E fomos traduzindo assim, dessa forma e com esse enfoque de doutrina econômica, o ‘economês’. Aí a gente passa ao largo da teoria econômica para tratar dos efeitos da economia na sociedade, nesse sentido, as políticas públicas, as escolhas privadas de empresas e famílias; então, esse processo de usar a linguagem adequada com uma abordagem adequada causou grande receptividade.

Essa questão da linguagem é fundamental. O capital de Beting como jornalista era exatamente o seu conhecimento de economia (ele é um especialista, em certo sentido) e sua capacidade de “traduzir” esse saber — o “economês” — para o público em geral. Essa “tradução” se fazia necessária porque, ao contrário do jornalista, que deve ter capacidade de falar de forma clara, o vocabulário usado por economistas, o “economês”, é hermético e legitima o capital simbólico desse profissional, que detém um saber esotérico, para iniciados na área.

Beting contou que sua atuação como jornalista foi influenciada, em primeiro lugar, pela sua formação religiosa: ele se mudou para São Paulo seguindo o conselho do padre Donizetti Tavares Lima (1890-1961), uma espécie de guru espiritual e profissional de Beting, que o orientou a estudar Sociologia na USP e a seguir o jornalismo. E, em segundo, pelo jornalista Nelson Rodrigues, com o qual conviveu durante coberturas de esportes na década de 1960:

Eu trabalhei fazendo a cobertura do Santos. No jogo do Fluminense e do Santos, no Maracanã, no dia de 5 de março de 1961, o Pelé pegou a bola na área do Santos e saiu com a bola dominada, foi passando por todo mundo, até pelo presidente do Fluminense, e fez o gol desse lado. Eu estava na tribuna, para fazer o jogo dos Santos pelo jornal *O Esporte*, de São Paulo, e eu sempre procurava me sentar ao lado do meu grande mestre, Nelson Rodrigues, que era fluminense roxo, e ele escrevia para o *Jornal dos Sports*, do irmão dele, o Mário Filho Rodrigues — que hoje é o nome do Maracanã —, e também para *O Globo*. Eu procurava fazer um texto parecido com o dele. Ele teve, no futebol, a influência de texto. Aquelas frases curtas, pontuadas, com bastante ironia, sarcasmo, humor, ou dramatizar, deixar a coisa tenebrosa. Então, aquele melodramático dele eu também comecei a fazer no futebol.

No jornalismo impresso, como pôde ser observado, Beting começou como redator, pelo *Diário da Noite*, depois foi repórter em *O Esporte*, mas foi na *Folha* que começou a consolidar sua carreira na área de economia — foi onde se tornou editor, em 1968, e lançou uma coluna diária, em 7 de janeiro de 1970, que passou a ser publicada em 42 jornais do país. Foi ininterrupta até 30 de janeiro de 2004. A *Folha* publicava também outra coluna com notas econômicas, a *Painel Econômico*.

A coluna diária de Beting era publicada também nas páginas de *O Globo*, com um nome praticamente igual ao de seu espaço na *Folha*. A única mudança era na ordem das palavras: *Notas Econômicas/Joelmir Beting*. Comentando acontecimentos relevantes da economia nacional e internacional, ele

começou a assinar esse espaço fixo nas páginas da seção de economia de *O Globo* em 1º de agosto de 1979 e o ocupou até 2003⁴³.

Segundo o jornalista, a coluna foi seu trampolim para inaugurar, ainda em 1970, a informação econômica diária em rádio (*Jovem Pan, Gazeta, Bandeirantes* e *CBN*) e em televisão (*Gazeta, Record, Bandeirantes* e *Globo*). Na *Rede Globo*, a partir de agosto de 1985 e até julho de 2003, ele atuou como comentarista. Passou também pelo programa “Espaço Aberto” na *GloboNews*. Desde 2004, atua como comentarista na *rádio* e na *TV Bandeirantes*. Recebeu várias premiações: Prêmio Esso de Jornalismo, Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo Econômico, Apimec-SP e o de Jornalismo em TV do site *Comunique-se* (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p. 198).

Ao contrário de Beting, o mineiro Luís Nassif atuou mais tempo como repórter de economia. Ele nasceu em 24 de maio de 1950, em Poços de Caldas (MG) e, em 1969, foi para São Paulo, onde desenvolveu toda sua carreira. Formou-se em jornalismo na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, em 1978, e se especializou em matemática financeira. Ele se lembra do início de sua atuação na reportagem:

Comecei na *Veja*, na reportagem geral. Em 1974, fui para a economia e, em 1975, para a cobertura da

⁴³ Em 1988, a coluna adquiriu um formato que, na sua parte inferior, tinha um conjunto de pequenas notas, sob o título *Secos e Molhados*. Durante a década de 1990, incluía no alto um pensamento de autor ilustre, configurando um comentário prévio ao tema abordado. Os dados foram fornecidos pelo setor de *Memória da Globo*, em 6 de outubro de 2006.

área de finanças. Em 1979, fui para o *Jornal da Tarde*, daí tentamos adotar já um estilo de jornalismo de serviço, muito ligado ao início da inflação e ao início da descompressão política também.

Nassif conta que aprendeu a fazer jornalismo de economia com a ajuda do jornalista Aloysio Biondi, a quem ele chama de “grande mestre”:

Olha, lá atrás, naquele período que eu trabalhava na *Veja*, que eu colaborava com a parte de opinião, ali tinha nossa referência de jornalismo brigão e independente, que foi Aloysio Biondi, que foi um grande mestre. Eu tive grandes polêmicas com ele lá, questionei algumas coisas dele lá. Mas ele é um dos pais dessas modernas editorias de economia. A *Visão* também teve um papel relevante. O Biondi foi o primeiro que criou a primeira editoria de economia. Antes dele, tinha um cara importante que criou muitos indicadores, que foi o Geraldo Banas, mas era um jornalismo mais empresarial, interessante também.

Alguns economistas também ajudaram na sua formação de jornalista especializado, segundo ele relata:

Quando fui me aprofundar mais no jornalismo, há algumas pessoas pelas quais tive admiração. Uma delas foi um economista chamado Ignácio Rangel, que era muito criativo. Rômulo de Almeida é outro que pensava muito bem o país. Depois, tinha o Roberto Campos, que era maldito por causa da ditadura. Talvez eu tenha sido o primeiro jornalista

a publicamente reconhecer a importância dele, depois da abertura. Tanto que ele ficou muito amigo meu. [...] O ponto central da minha formação foi não ter preconceito. Era saber entender qual era a contribuição do grande economista conservador, qual era a contribuição do grande economista inovador, qual era a contribuição do grande economista de esquerda. As ideias têm de ter valor em si. E o país é resultante de um conjunto de ideias criativas que independem do autor. Então, digamos, o Celso Furtado, com os trabalhos de integração regional dele, era importante; o Octávio Bulhões, com os trabalhos de formação de mercados de capitais, era importante; e Roberto Campos, com a criação do BNDE, também era. Então, para isso, você tem de se aprofundar em história econômica. O grande problema dos jornalistas de economia é que a questão da história econômica se desconhece solememente. Não se conhece história econômica, que é um elemento central.

No jornalismo impresso, Nassif passou pela revista *Veja* (a partir de 1970), *Jornal da Tarde* (a partir de 1979) e pela *Folha de S. Paulo* (de 1983 a 1987), onde foi secretário de redação e também criou uma coluna chamada *Dinheiro Vivo*. Em 1986, a seção passou a ser publicada também no *Jornal do Brasil* e em mais 28 jornais.

Como Joelmir Beting, Nassif trabalhou na televisão na década de 1980. Atuou como comentarista na programação que a Abril Vídeo tinha na *TV Gazeta*. Foi convidado para ser comentarista da *TV Globo*, mas recusou e preferiu montar um programa independente na *TV Gazeta*, com o nome *Dinheiro Vivo*. Ganhou Prêmio Esso de Jornalismo em 1986.

No final de 1987, Nassif lançou um serviço em tempo real, por meio de terminais de informações de mercado. Trabalhou na *TV Bandeirantes* e na *TV Record*, com o programa *Dinheiro Vivo* e como comentarista do *Jornal da Record*. Em 1991, voltou para a *Folha*, com uma coluna diária que levava o seu nome, para substituir Joelmir Beting.

Em 1996, foi considerado pela Pesquisa Mapa das Elites, da Fernando Pacheco Jordão Pesquisas, como o brasileiro que mais influenciava os formadores de opinião do país. Em 2002, uma pesquisa do site *Comunique-se*, junto a 14 mil jornalistas brasileiros, apontou-o como o melhor jornalista de economia do país (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p.216). Em 2007, recebeu da Revista *Imprensa* o “Troféu Dia da Imprensa”, na categoria “Melhor *Blog* de Jornalismo e/ou Jornalista”, por ter ficado com 65% dos votos dos internautas, a maior votação de todas as categorias.

Já a mineira Miriam Leitão, que nasceu em Caratinga, em 7 de abril de 1953, começou no jornalismo quando tinha 18 anos, em 1972, no jornal *A Tribuna*, no Espírito Santo, antes mesmo de ingressar no curso de Comunicação. Ela conta como foi o início de sua carreira:

Eu fiz vestibular para História e não sabia que eu queria fazer jornalismo, mas era meio um pouco óbvio. Depois ficou claro para mim. Eu era uma leitora compulsiva de jornal. Eu lia vários jornais, desde os 15 anos, quando eu morava em Caratinga. Eu lembro de mim com 11 anos acompanhando noticiário de rádio. Era uma pessoa assim. Então, não sabia o que era que eu queria exatamente.

Então, fiz vestibular para História. Mas aí eu estava procurando emprego e *A Tribuna* estava contratando estagiário. Fiz um teste e passei. Eu costumo dizer que eu entrei por acaso e para sempre no jornalismo.

No relato de Miriam Leitão, observa-se o posicionamento de adesão à profissão por vocação, que é recorrente nos depoimentos de jornalistas. Marialva Barbosa (2007, p. 94-101), ao falar das memórias desses profissionais em uma abordagem sobre a história cultural da imprensa no Brasil de 1900 a 2000, registra que, por meio dos relatos, “o fazer jornalístico passa à história como missão, uma árdua e ao mesmo tempo agradável tarefa”.

As memórias dos jornalistas, destaca Barbosa, são discursos cuja principal função é forçar uma imagem do grupo e sua própria identidade. Ao lembrar um número restrito de acontecimentos, ao priorizar determinados fatos e relegar outros ao esquecimento, e ao manter o mesmo fio condutor nas narrativas, percebem-se essas histórias de vida como instrumentos de construção da identidade do grupo. Os jornalistas, evidencia, reconstroem sua vivência baseados em um lugar social no qual se enxergam como detentores de informação, como transmissores da atualidade inédita e imediata, e como uma espécie de orientadores do público, cumprindo com o que vão construindo como missão — espécie de sacerdócio — da imprensa.

A imagem de sacerdócio ligada à atividade profissional, prossegue Barbosa, faz com que os jornalistas destaquem, em suas memórias, sacrifícios inerentes à profissão e ao cotidiano duro, com horários incertos e poucos recursos materiais.

Eles transmitem ao futuro um legado de experiências adquirido no dia a dia da profissão, construindo-se como espécies de testemunhas privilegiadas de uma época. Ao fazê-lo, elaboram uma imagem preponderante do seu eu — sujeito de sua própria descrição —, caracterizando-se de maneira peculiar e transmitindo essa idealização como memória do grupo (BARBOSA, 2007, p. 94-101).

No caso dos jornalistas de economia, essa idealização da profissão e das experiências adquiridas na prática jornalística vai aparecer em vários momentos de seus relatos. Miriam Leitão, por exemplo, destacou que aprendeu a fazer jornalismo no dia a dia da redação, a partir de seu trabalho no Espírito Santo. No início, chegou a ouvir do editor chefe que não tinha o menor jeito para ser repórter. Foi também nesse Estado que ela acabou sendo presa durante o regime militar:

O chefe de redação que foi muito importante na minha vida foi o Marien Calixte, porque eu sentei ao lado dele para fazer a minha primeira matéria. Ele disse: você começa do seguinte jeito. Então, depois, eu tive uma série de professores, mais que meus professores da universidade, do curso que eu fiz depois — acabei fazendo curso de jornalismo, que comecei no Espírito Santo e terminei em Brasília (na UnB) —, mas as pessoas que me acompanharam nesses primeiros anos lá, tanto Marien quanto Hésio Pessali, Sérgio Egito, Rogério Medeiros, Paulo Torre, fica até difícil citar porque era tanta gente importante que foi para minha vida, que me orientou demais. Eu tive, no Espírito Santo, uma

espécie de curso intensivo do que é jornalismo. Encontrei várias pessoas que me ajudaram muito e pessoas que me jogaram bem para baixo, como o Plínio Marquini, que na época disse que eu não tinha o menor talento para isso e que eu tentasse outra coisa. Dois anos depois, eles reabriram e eles me chamaram, que era uma primeira prova que eu tinha ganhado a briga com ele, mas aí fui demitida de novo de *A Tribuna*, por pressão do governador, o Êlcio Alves, que queria a demissão dos comunistas da redação, segundo ele. E a lista começava com o meu nome.

Depois, já em Brasília, é que ela começou a atuar efetivamente na editoria de economia. Ingressou na *Gazeta Mercantil*, que considera como outra “escola” que teve na profissão, onde ficou por cinco anos. Na cidade satélite, fazia a cobertura do Ministério das Relações Exteriores (MRE), conhecido como Itamaraty:

O jornal estava recomeçando e não tinha muito bem uma definição de como cobrir a diplomacia, o Itamaraty, e eu dei um pouco o formato, com a ajuda do meu chefe (Sidnei Basile), que era uma pessoa brilhante, que foi me orientando e a gente foi construindo uma coisa que era a cobertura econômica do Itamaraty, não só econômica. Cobria política também, cobria a negociação com a Argentina, mas cobria o comércio internacional.

Com relação à sua formação, Miriam Leitão conta que sua maior influência foram seus pais:

Meu pai era pastor de igreja protestante, era um homem que veio da extrema pobreza nordestina, filho de uma negra com um imigrante português pobre. Ele era muito pobre e teve de trabalhar para se educar, trabalhava na limpeza do colégio para ganhar bolsa de estudo. Deu muito valor à educação. E ele me orientou para algumas coisas básicas, que eram: a ética protestante, a dedicação a tudo que faço, a ideia de que eu, como mulher, podia ter tudo que eu quisesse. Eu tive uma educação do interior do Brasil. E ele me perguntava o que é que eu ia ser quando crescesse. E eu dizia, pequeninha, 'mamãe'. Aí ele falava assim: 'Mamãe você pode ser, pode ser que sim, pode ser que não. Mas o que é que você vai estudar?'. Enquanto minhas amigas, minhas vizinhas, eram ensinadas a esperar marido, eu era ensinada a buscar uma profissão. E eu tive uma educação assim: 'você não é menor por nada. O fato de você ser mulher não te tira nada, você pode ter tudo'. Então, ele me ajudou a formar uma postura assim. A educação religiosa protestante me deu muito conhecimento de princípios e valores, e é muito fundamental isso. E era assim: minha mãe e meu pai eram pessoas que falavam e agiam. A minha mãe teve 12 filhos, eu sou a número 6, e ela voltou a estudar quando eu era criança. Eu tenho uma foto com ela no dia da formatura com 8 filhos e eu no meio. Ela estava formada no segundo grau. Depois, fez curso superior. Cuidava dos filhos e da casa, e trabalhava fora, era professora. Então, do ponto de vista dos princípios e valores, da importância da educação, do ponto de vista da condição legítima, sou fruto desse casal: Mariana e Uriel Leitão. Os dois já são falecidos.

Por ser mulher, a questão do gênero está muito marcada no relato de Miriam Leitão. Outros dois aspectos também são destacados pela jornalista: o social, de classe, pois ela veio de uma família de origem pobre e conseguiu superar essa dificuldade por meio do estudo e do próprio jornalismo, visto como lugar de ascensão social; e a questão religiosa, pois ela enfatiza a importância da ética disciplinar em sua formação.

No jornalismo impresso, além de *A Tribuna*, Miriam Leitão atuou como repórter da *Gazeta Mercantil* (1978 a 1982), de onde saiu para ser editora assistente da revista *Veja*. Por dois anos ficou na *Abril Vídeo* como repórter e entrevistadora. Depois, foi editora de economia e colunista no *Jornal do Brasil* (1988). Em 1990, editava a coluna *Caixa Forte*, no *Estado de S.Paulo*, e atuava como comentarista de economia da *Rede Manchete*. Sobre essa fase, ela lembra:

Eu fiz uma carreira híbrida, porque, quando eu saí da *Veja*, fui para a *Abril Vídeo*, que foi uma tentativa de fazer televisão da Editora Abril, com uma produtora independente. Eu fiz uma série. Foram quatro horas de programa diário. Foi lá que fui aprender a fazer televisão. Era uma televisão que era pouco vista, passava na *TV Gazeta* de São Paulo, então só São Paulo via, e tinha um alcance muito pequeno. Foi bom, porque eu pude aprender sem estresse, porque é um outro bicho, outra forma de falar, de se colocar, de levantar informação, de fazer pergunta, tudo é diferente. Então, eu não quis nunca perder a intimidade com a câmera. Quando eu vim para cá (Rio de Janeiro), fiz um programa com a *Bandeirantes*, depois fiz o *Programa de Domingo da Manchete*, que gravava na sexta-feira.

Em 1991, Miriam Leitão foi para o jornal *O Globo*, onde é colunista de economia. É comentarista na rádio *CBN* e no *Bom Dia Brasil*, da *TV Globo*, e também apresentadora do programa *Espaço Aberto*, da *Globo News*. Recebeu várias premiações jornalísticas. Foi a primeira jornalista brasileira a receber o “Maria Moors Cabot Prize”, o mais antigo prêmio internacional de jornalismo, em 2005. Criado pela Universidade Columbia, ele é um reconhecimento entregue a profissionais de imprensa dos Estados Unidos e da América Latina cujo trabalho contribui para a liberdade de imprensa e o entendimento entre as Américas. Recebeu o prêmio “Jornalista Econômico 2007”, concedido pela Ordem dos Economistas do Brasil, e também o de “Reportagem sobre a Biodiversidade da Mata Atlântica”, junto com Sérgio Abranches (DINIZ, 2007).

2.2 Prestígio e credibilidade: autoridade jornalística

Em seus relatos sobre o início e desenvolvimento de suas carreiras, os três jornalistas enfatizam a questão da busca de conhecimento permanente na área de economia como um diferencial. Apenas Beting teve uma formação acadêmica formal mais voltada para essa área, pois se formou em sociologia com ênfase em economia. Os outros dois jornalistas têm formação em comunicação social, mas ressaltam que buscaram se especializar por meio de cursos e do estudo permanentemente sobre os temas econômicos.

Os três apontam que o prestígio e a credibilidade de suas carreiras se devem a um trabalho contínuo ao longo do

tempo. Eles participaram da cobertura dos planos econômicos implementados após a redemocratização e acompanharam as mudanças que essas medidas trouxeram. Joelmir Beting, por exemplo, destacou a importância de ter participado da formação do próprio jornalismo de economia do país. Ele fez questão de ressaltar seu pioneirismo na TV como comentarista dessa área:

Com o milagre econômico de 1970, 1971 e 1972, as outras mídias, como rádio e TV, começaram a pensar no assunto e trazer a informação econômica. E eu estava aqui, em São Paulo, à frente também desse processo. Fui o primeiro a fazer jornalismo econômico no rádio e o primeiro a fazer na televisão. Acho até que do Brasil inteiro. [...] Eu comecei na TV em 1970. Eu fiquei na Band até 1975. Aí eu saí para a Globo. Nos planos econômicos, eu estava no ar, no *Jornal Nacional*, no *Fantástico*, explicando os planos, fazendo matérias de serviço para o consumidor, o poupador. Era uma pauta riquíssima cada plano, porque ninguém entendia nada. Então, a gente trabalhava ali num palco fantástico, com o desafio de explicar grandes eventos. Não era uma questão de jornalismo econômico europeu, americano. A gente trabalhava no Brasil com grandes eventos, com choques encavalados, encadeados. Então, o debate econômico assume um espaço imenso e está assumindo até hoje. As editorias de economia são as mais bem pagas do jornalismo.

Beting começou a participar eventualmente do *Jornal Nacional (JN)*, como comentarista, desde 1985. Ele apareceu no

telejornal, pela primeira vez, em 26 de agosto daquele ano, comentando a saída do ministro da Fazenda, Francisco Dornelles, do governo. É interessante ressaltar que houve, nessa época, uma valorização da análise no noticiário do *JN*, que aumentou a participação de comentaristas especializados a fim de contextualizar e explicar para os telespectadores as informações políticas e econômicas. Além de Beting, atuaram nessa função os jornalistas Paulo Henrique Amorim, Lillian Witte Fibe e Alexandre Garcia (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 188-189).

A participação regular dos comentaristas, no *JN*, começou no início de 1989 e aumentou a partir de junho, quando eles passaram a gravar em ambientes externos. Tradicionalmente postados em fundos neutros de estúdio, em pose sóbria, foram para as ruas e passaram a falar seus textos em cenários variados. A ideia era dar mais flexibilidade ao *JN* e tornar a atuação dos jornalistas mais descontraída, com o uso também de uma linguagem mais coloquial (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 188-189).

O processo de aumento dos espaços destinados à notícia de economia nos veículos de comunicação fez nascer uma nova geração de jornalistas, mais preparada para essa cobertura, segundo Beting:

Nós partimos para uma geração de jornalistas econômicos que se especializaram e já tem alguns especializados em mercado financeiro, em mercado de trabalho, em indústria, em agricultura, em informática. É uma geração mais preparada e de elite, hoje, nas redações. São os mais bem pagos das redações,

até porque também são os mais solicitados. Eles têm de ser especialistas. Não são generalistas. E são poucos os que têm dado certo nisso. Há uma escassez de profissionais no jornalismo econômico, então, até por isso, eles são mais bem remunerados.

E o prestígio do jornalismo de economia cresceu, acompanhando o crescimento dos espaços da notícia dessa área, conforme ressaltou Beting:

Exatamente porque essa cobertura passou a vender jornal, revista, passou a vender livro até, a vender simpósio, seminário, congresso, e passou, sobretudo, a dar audiência em rádio e em televisão. Eu, como trabalhei até hoje nos três veículos — imprensa e os de mídia eletrônica —, falo isso por experiência própria, depoimento pessoal. Eu mesmo fui largamente beneficiado por isso.

Beting afirmou ainda que o seu método de trabalhar a notícia de economia foi um fator importante na conquista de credibilidade. E novamente a questão da linguagem jornalística aparece com destaque em suas memórias:

Foi o grande trunfo a linguagem com a abordagem. Pegar o gancho que interessa ao público, ao que realmente interessa à vida de cada um, quer dizer, humanizando a informação econômica e aplicando a linguagem quase futebolística em cima disso. Por exemplo, eu uso muita metáfora, porque a metáfora é um mecanismo poderoso de comunicação. Às vezes você converte uma grande ideia em uma

frase. Além disso, tem sua graça própria a metáfora e as pessoas ficam repetindo. Então, tem algumas expressões, como 'economês', fui eu que inventei.

Para Luís Nassif, os jornalistas de economia ganharam uma aura de milagreiros durante a cobertura dos planos econômicos e formaram, nessa época, uma elite no interior da própria profissão. Tinham mais *status* e também melhores salários:

Nos anos 1970, por exemplo, o bom jornalista de economia era o que tinha o melhor caderno de endereços de autoridades. Nos anos 1980, por conta dos pacotes econômicos, ganhou uma aura aí que os jornalistas de economia dariam dicas para você enriquecer, aquele negócio todo, numa mitificação fantástica. Eu diria que, até o Plano Real, o jornalista de economia tinha um peso desproporcional à sua importância porque era visto como milagroso. O cara, quando era jornalista de economia, tinha uma diferença grande com relação aos demais jornalistas perante o público comum. E, como se tinha muita instabilidade econômica, e todo mundo estava meio perdido, então aquele que apontava caminho era visto como milagroso. De 1994 em diante, reduziu-se essa aura do jornalismo econômico.

Nassif analisou o mercado como muito restrito para a atuação dos jornalistas que se destacam e fala como construiu sua credibilidade e sua proximidade com o público:

A referência é um trabalho continuado. Você tem jornalistas que surgiram aí e, em alguns desses planos, tiveram destaque e depois não tiveram

continuidade. E o mercado é muito restrito. Então, se você está ancorado numa grande publicação, você tem espaço. Quando você perde essa âncora, você tem de achar outro espaço. Por exemplo, no período em que eu larguei a *Folha*, eu tinha a *TV Gazeta* e a *Rádio Bandeirantes*. Aquilo lá me garantia um espaço grande. Agora, que eu saí da *Folha*, eu esperei um tempo que eu teria de dar um mergulho aí até que o conceito blog pegasse. Para minha surpresa, dois meses depois, eu estava com mais solicitação de palestra do que eu tinha antes. Hoje, eu acho que meus textos têm mais repercussão do que os que eu andei escrevendo na minha última fase da *Folha*. Quando eu saí da *Folha*, eu tinha uma *newsletter* e um programa de televisão. Para você chegar ao público, era complicado. Hoje, de repente, você faz um veículo desse e vai para a internet. Pelas próprias características do veículo, de interação, a condição que você tem de formar a opinião e de receber uma resposta do leitor é imbatível.

Observa-se que tanto Nassif quanto Beting chamam atenção sobre esse mercado paralelo para o jornalista de economia, que é o de realização de palestras em seminários e outros eventos de empresas. Essa é uma área muito bem remunerada, segundo destacaram os dois jornalistas. Beting contou, inclusive, que gosta de dar palestra, porque realiza um pouco um sonho frustrado que era o de ser professor:

Se eu pudesse voltar a fita, eu gostaria de ser professor. Fui até convidado pelo meu professor, o Fernando Henrique Cardoso, para ser professor, lá em 1961, na USP. Eu fiz um trabalho no mestrado

chamado 'Adaptação da mão de obra nordestina na indústria automobilista de São Paulo'. Ele foi assistente da tese, gostou muito e deu nota 10 para a tese. E me convidou para continuar na academia, como assistente. Mas eu tinha problema de arrimo de família e tinha de ter três empregos fora. E no jornalismo eu saí para a economia, sabendo que eu podia desenvolver melhor do que no futebol. E deu certo. Mas eu tenho uma atividade paralela, que são as palestras, que eu faço em empresas, escolas, sindicatos, às vezes, e simpósios, seminários e congressos. Eu tenho uma demanda de uma palestra por dia. Eu não posso atender todo mundo e cobro, porque é um trabalho de informação qualificada que vale até como consultoria. Então, isso tem um preço. E nunca vi conflito de interesse em trabalhar com auditórios corporativos ou acadêmicos. Só que para a academia eu não cobro nada. Para a empresa eu cobro, porque vão me tomar um tempo. Tenho de preparar palestra, tenho de viajar. Agora, é uma atividade que me dá um retorno financeiro maior do que o da mídia convencional. Então, eu estou acumulando as duas para ter um patrimônio razoável, até porque eu estou completando agora 50 anos de jornalismo e 45 de informação econômica. Mas essa atividade de palestra me realiza como professor. Só que a sala de aula não tem 40 pessoas. Tem 400 pessoas. Então, você fica ali, literalmente, dando uma aula, com direito a debate, a pergunta, de uma hora, uma hora e meia. Então, me realizo ali mais como professor do que como jornalista ou palestrante. E procurando não ser professoral. Tento ser um palestrante muito aberto.

Em seu relato, Beting contou também que foi convidado para ser paraninfo de turmas de economia em diversas faculdades de economia do país:

No meio universitário eu fui eleito mais de 250 vezes patrono ou paraninfo, em São Paulo e no Brasil. E eu parei de ser patrono ou paraninfo num momento em que, de repente, a minha agenda já não permitia mais honrar o compromisso e se é um compromisso sagrado é você aceitar um convite da turma de economia da Federal do Rio para patrono. Na época também tinha formatura, hoje nem tem mais, mas naquela época tinha. Então, eu cheguei a passar de 200, acho que foram 267 turmas de formandos em economia, administração, engenharia, agronomia, direito, medicina. Acho que eu tenho umas 30 turmas de médicos, hoje, que são todos meus afilhados (risos). Alguns até médicos notáveis, hoje, que são meus afilhados. Aí na internet, onde cabe tudo, apareceu num site uma listagem, da qual não me recordo o nome agora, que o terceiro maior paraninfo do Brasil foi o Assis Chateaubriand, mais do que o Roberto Marinho, que viveu 96 anos. Depois, o segundo foi Dom Helder Câmara. E o primeiro foi Joelson Beting.

Aliás, o número de convites para proferir conferências e também o fato de ser paraninfo de turmas de formandos em economia em diversas escolas do país — como citou Beting — podem ser tomados como indicadores da respeitabilidade desse profissional no campo dos economistas também, uma vez que atua como intérprete dos fatos econômicos para o público, mesmo sem ser economista.

Sobre a consolidação de sua carreira, Miriam Leitão também a atribui, como o faz Beting, ao fato de estudar o campo econômico permanentemente:

O jornalista está sempre muito exposto, e um erro pode custar muito caro. Um erro de avaliação, de análise. Eu acho que, se tem um segredo, é você estudar todos os dias. Eu aprendi que temos de fazer aquilo que me ensinaram no primário: estudar todos os dias. Eu sempre fui muito estudiosa. No Espírito Santo, eu passei em primeiro lugar no vestibular sem ter feito cursinho. Então, sempre fui aquela pessoa estudiosa. Até hoje, sou a mesma pessoa estudiosa que um dia os professores lá do ensino fundamental formaram em Caratinga. [...] Então, eu tenho de ajudar as pessoas a entenderem. Por que eu chamo de ajudar? Imagina um médico ali, atendendo um paciente, tentando entender como é que ele faz com um caso novo, um remédio novo, e eu posso precisar procurá-lo daqui a pouco para curar a minha doença. E posso ajudar esse médico, esse professor ou esse advogado. Eu tenho de ler algumas coisas que ele não vai ter tempo de ler. Quem vai ler, se não for jornalista ou gente especializada no assunto, o parecer do Ibama sobre a hidrelétrica do Rio Madeira? Eu é que tenho de ler 226 páginas chatíssimas para entender e trocar aquilo em miúdos para que o médico, que está ocupado, cuidando do doente diga assim: 'Eu acho que é uma boa ou não é uma boa ter hidrelétrica do Rio Madeira.'

Está presente no relato da jornalista uma imagem da profissão. Ela atribui valores e sentidos para seu exercício profissional. Atribui ao jornalismo de economia uma função

social dentro do próprio campo jornalístico e no campo social como um todo. Duas ideias aparecem novamente: o saber (ter conhecimento especializado, que ela enfatiza vir do estudo e não é qualquer um que tem tempo para isso; o jornalista tem de ter) e o poder de comunicação, que é o ‘trocar em miúdos’, apresentar o fato com linguagem fácil. Dessa forma, ela definiu da seguinte forma sua própria função:

O que é que eu sou hoje? Eu pego a informação, a processo e a entrego. Mas eu entrego com um diferencial, que é a minha própria opinião, que está marcada na maneira como eu interpreto, analiso e apresento. E porque é isso que o mercado pede de mim. É para isso que me empurram. Por exemplo, outro dia eu fiz uma coluna em que eu mostrei os dois lados sobre determinado tema e ficaram brincando: ‘O que que é, você ficou em cima da barragem?’ Porque era uma discussão sobre hidrelétrica. Eu não posso falar sem estudar. Se eu falar o que eu acho sem estudar, no terceiro assunto que eu for abordar, vai virar palpite.

Os jornalistas de referência do campo econômico atuam como analistas da notícia de economia, pois fazem interpretações e emitem suas opiniões sobre os assuntos de outro campo que não o jornalístico, conforme esse último trecho do relato de Miriam Leitão destaca.

Eles se posicionam, dentro do campo jornalístico, como analistas dos assuntos do campo econômico, dotados de uma autoridade jornalística específica para isso, conquistada pela experiência e pelo estudo que adquiriram na área.

Como se constitui a autoridade dos jornalistas perante o público? A abordagem sobre autoridade jornalística tem sido feita por muitos pesquisadores. Ao analisarem a mídia como um lugar de produção e circulação de memória, estudiosos têm defendido a tese de que a mídia não leva apenas ao enfraquecimento ou esfacelamento da memória, mas funciona como um lugar onde a amnésia e a memória podem coexistir, ainda que de forma tensa (HUYSSSEN, 2000; COLOMBO, 1986).

Na esfera do jornalismo, essa tensão adquire maior nitidez: ao tentarem agir como uma fonte de conhecimento codificado para a sociedade, os jornalistas disputam com outras profissões — médicos, advogados, policiais — o papel de legítimos intérpretes da realidade. Dessa forma, para reforçar sua autoridade, eles tendem a construir a notícia de modo que apenas a sua versão seja memorável.

Preocupada com tais questões, Barbie Zelizer (1992) analisou as narrativas jornalísticas sobre o assassinato do presidente norte-americano John. F. Kennedy e os modos pelos quais os jornalistas transformaram a história do assassinato em uma narrativa sobre si mesmos, reforçando sua posição como autoridades culturais acerca dos eventos do “mundo real”. Nesse estudo, ela parte do pressuposto de que a autoridade age como uma fonte de conhecimento codificado que orienta as pessoas acerca de padrões adequados de ação, criando uma comunidade entre as que compartilham noções semelhantes sobre ela. Dessa forma, a memória coletiva é importante para as discussões sobre a autoridade cultural porque possibilita a emergência dos padrões de autoridade através do tempo.

Ao se referir ao termo “memória coletiva”, a autora nos remete ao clássico conceito de Maurice Halbwachs (1990). De acordo com essa concepção, a memória não fica adstrita ao indivíduo e se constrói na inter-relação dos sujeitos de forma compartilhada. Dessa forma, é produzida à medida que o indivíduo se relaciona com a família, a classe social, a Igreja, o Estado, enfim, com os grupos de convívio e de referência particulares. Assim, torna-se possível tomar esses diferentes pontos de referência como indicadores empíricos da memória coletiva de um determinado grupo. Trata-se de uma memória estruturada com suas hierarquias e classificações, que, ao definir o que é comum a um grupo e o que o diferencia dos outros, fundamenta e reforça os sentimentos de pertencimento e as fronteiras socioculturais. Daí a importância da distinção entre as memórias coletiva e individual.

Enquanto a individual compreende as representações que compõem o quadro da personalidade e da vida pessoal do indivíduo, a coletiva abrange as representações impessoais de determinados grupos sociais. Essas duas memórias necessariamente se interpenetram. A individual utiliza a coletiva para precisar suas representações e cobrir suas lacunas. A coletiva, por sua vez, também envolve as memórias individuais.

Sob esse ponto de vista, a autoridade jornalística pode ser entendida como um conjunto de estratégias utilizadas pelos jornalistas para se firmarem como porta-vozes legítimos e confiáveis da realidade. Isso é especialmente relevante na medida em que outros grupos — advogados, historiadores, políticos — também se valem de construções da realidade para

moldar os eventos externos nos seus próprios termos. Nesse sentido, a autoridade jornalística está constantemente em disputa com outras supostas autoridades.

No caso do assassinato de Kennedy, Zelizer (1992, p. 1-13) demonstra que grupos diferentes, com agendas próprias, promoveram versões diferentes e competitivas dos eventos da morte do presidente desde o momento em que ela ocorreu. Ao rememorem esse episódio, os jornalistas revelaram, por meio dos seus padrões de repetição da narrativa, os modos como eles se autoatribuíram autoridades interpretativas legítimas acerca do ocorrido, as maneiras pelas quais certas interpretações difundiram-se por meio das empresas noticiosas e o modo como os repórteres marginalizaram outros grupos, que tinham versões alternativas dos mesmos eventos. Esses padrões sugerem que os jornalistas funcionam como uma comunidade interpretativa, como um grupo que se autocrêdencia por meio de suas narrativas e memórias coletivas. A análise dos depoimentos dos três entrevistados — Beting, Nassif e Miriam Leitão — demonstra isso com bastante clareza.

Zelizer considera a comunidade jornalística não apenas como uma profissão, mas também como uma comunidade interpretativa que usa as narrativas e as memórias coletivas para se manter coesa. Pelo uso da narrativa, o papel do indivíduo, a organização/instituição e a estrutura da profissão tornam-se fatores-chaves no delineamento dos *comos* e *porquês* da prática jornalística. Por meio dos fatos e tradições narrativas compartilhadas — uma espécie de “trabalho secreto” —, os repórteres são capazes de exprimir valores e ideias coletivas que os

ajudam a manter-se como uma comunidade interpretativa autorizada perante eles próprios e perante o público para o qual se dirigem.

Diversos estudos têm demonstrado que a autoridade interpretativa dos jornalistas se fundamenta em bases contraditórias (ZELIZER, 1992; CAREY, 1987; TUCHMAN, 1993), como a objetividade e o senso comum. Michael Schudson (1978), ao investigar as razões que levaram os jornalistas norte-americanos a buscar na objetividade o princípio de legitimação de sua autoridade para descrever e interpretar o mundo, constatou que o ideal de objetividade foi uma reação contra o ceticismo e o pessimismo que dominavam a sociedade norte-americana no período entre guerras. Nesse contexto, esse ideal surgiu como afirmação consensualmente validada sobre a realidade, baseada em uma radical separação entre os fatos e a opinião.

Essa “nova” maneira de construir o noticiário, associada a uma prática íntegra e imparcial, conferiu maior prestígio à comunidade jornalística, implicou uma melhora de salários e um aperfeiçoamento da profissão. Além disso, aproximou o discurso jornalístico do discurso da ciência, à medida que também foi responsável pelo desenvolvimento de um conjunto de valores e concepções — que, longe de serem estáveis e absolutos, estão em constante mutação — compartilhado pelos jornalistas no desempenho de sua profissão.

O discurso jornalístico, porém, não é considerado legítimo apenas por manter certo distanciamento, mas por estimular uma constante identificação com o público ao qual se dirige. Para tanto, ele se aproxima da lógica do senso comum.

Richard Campbell (1991, p. 1-24) sugere que a naturalidade com que as notícias são percebidas advém do senso comum presente em sua estrutura e reconhece cinco características dessa presença no noticiário. A primeira seria a obviedade: as notícias parecem naturais e transparentes na medida em que não chamam atenção para o processo em que foram construídas. A segunda seria a praticidade: são práticas, porque obedecem a pressões cotidianas, de data e de hora, do jornalismo.

As notícias teriam pouca densidade: são pouco densas, porque defendem uma postura literal ou descritiva, sugerindo que os fatos são transparentes e, geralmente, não ambíguos. Como o senso comum, seriam não metódicas porque se expressam não em métodos formalizados ou em leis codificadas, mas na reserva cultural de provérbios e de outras instâncias da sabedoria convencional: “ater-se aos fatos” ou “contar os dois lados de uma história” funcionam como provérbios que justificam os relatos jornalísticos sem demandar uma autoanálise. E, por fim, proporcionariam acessibilidade: a compreensão da notícia, em regra, não requer nenhum conhecimento específico.

Na prática, a conciliação da objetividade com o senso comum não é nem um pouco simples. Diversas estratégias têm sido usadas no desempenho dessa tarefa. O emprego de convenções narrativas é uma delas. De acordo com Schudson (1978), essas convenções são maneiras incontroversas e despercebidas por meio das quais os jornalistas interpretam o mundo sem parecer distantes da objetividade. Elas ajudam a tornar legíveis as mensagens que são culturalmente consoantes e ilegíveis as que são culturalmente dissonantes. Sua função

não é aumentar ou diminuir o valor de verdade das mensagens que elas transmitem, mas traçar os limites dos tipos possíveis de verdade que podem ser ditos.

A adoção de um *lead*, da técnica da pirâmide invertida em detrimento de um relato cronológico do evento, a separação entre as notícias “de fato” e as de opinião, o uso de aspas de citação, a escolha de palavras neutras, a apresentação de ambos os lados da questão e o uso do ponto de vista distante da terceira pessoa são alguns exemplos de convenções noticiosas. No caso dos comentaristas de fatos econômicos, ocorre o contrário. Os leitores de Miriam Leitão, por exemplo, querem que ela se posicione, que emita a sua opinião sobre os assuntos que comenta.

Essas convenções noticiosas fazem parte do campo jornalístico que, como os outros campos, se baseia em um conjunto de pressupostos e de crenças partilhadas (para além das diferenças de posição e de opinião). Esses pressupostos, os que estão inscritos em certo sistema de categorias de pensamento, em certa relação com a linguagem, estão no princípio da seleção que os jornalistas operam na realidade social, e também no conjunto das produções simbólicas.

Conforme destaca Bourdieu (1997, p. 67), não há discurso (análise científica, manifesto político etc.) nem ação (manifestação, greve etc.) que, para ter acesso ao debate público, não deva submeter-se a essa prova da seleção jornalística, isto é, a essa formidável censura que os jornalistas exercem, sem sequer saberem disso, ao reter apenas o que é capaz de lhes interessar, de “prender sua atenção”, isto é, de entrar em suas categorias, em sua grade; e ao relegar à insignificância ou

à indiferença expressões simbólicas que poderiam merecer atingir o conjunto dos cidadãos.

2.3 Estratégias de construção do texto jornalístico

A aquisição de poder simbólico do jornalista referência no campo econômico — que se situa em um dado lugar de autoridade para analisar os fatos dessa área — passa por estratégias de construção de um texto jornalístico com capacidade de transmitir a informação de economia de forma objetiva, para ser assimilada pelo leitor, telespectador ou ouvinte. Beting explicou sobre como desenvolveu seu trabalho nesse sentido a partir da década de 1970:

Eu passei a fazer multimídia diário: a mídia impressa, a eletrônica de rádio e de TV, e também estava fazendo coluna de economia para a *Veja*. A *Veja* também criou sua editoria de economia e abriu espaço de oito a dez páginas, coisa que ela não tem mais hoje. Mas, naquela época, ela abriu e eu participei junto com Mino Carta do projeto da editoria de economia da *Veja*. Então, esse era o clima, o ambiente, dessa época. Trabalhando nas três mídias, eu comecei a pensar em um negócio que eu estava vivendo, ou seja, vou refletir sobre aquilo. Aí eu comecei a descobrir que nós temos três linguagens para três mídias, três abordagens para três mídias e três pautas para três mídias, ou seja, o assunto que eu posso tratar no jornal, tipo reforma do FMI, eu não posso tratar no rádio da mesma forma, muito menos na TV. Até porque, no jornal,

eu me permito escrever um texto para ser lido em até meia hora. No rádio, não posso ficar falando meia hora sobre o mesmo assunto. E, na TV, um minuto. Então, como você tem de fazer? Isto vale até hoje com a internet. Cada veículo tem sua pauta própria, no mesmo universo.

Para Beting, seu crescimento profissional deve-se, além do tempo de experiência, também ao tratamento diferenciado que ele deu à notícia nos diferentes veículos de comunicação. Segundo ele, cada veículo tem seu próprio tratamento de pauta. Assuntos apropriados para um jornal não são necessariamente para a TV ou para o rádio. A adequação do texto ao tipo de veículo deve ser apropriada no jornalismo de economia. A respeito dessa adequação, ele fez questão de detalhar:

Não basta a abordagem adequada. Você seleciona o assunto correto, aplica sobre ele a abordagem adequada, mas falta a terceira perna do tripé, que é a linguagem de cada um. Se eu pegar um texto de jornal e ler num microfone de rádio ou televisão, não vai funcionar. No rádio, principalmente, a linguagem é muito mais coloquial. É muito mais livre, com muito mais liberdade poética, mais do que na televisão. Rádio é o veículo que é mais solto em matéria de linguagem. O rádio aceita qualquer assunto, desde que tratado na linguagem de rádio. As pessoas estão ouvindo rádio como se estivessem numa churrascaria ouvindo a conversa da mesa ao lado. [...] E esse é o grande gancho do rádio e ele não morre, ao contrário, ele está cada vez mais forte por conta disso: as pessoas têm necessidade de

ouvir alguém falando sobre alguma coisa, e ali, escondidinho, ele está sozinho. Por exemplo, o leitor de jornal, revista ou de livro é ativo, só lê o que interessa. O ouvinte de rádio ainda é, eu diria, é semiativo, ele ouve o que interessa, mas fica ligado no que não interessa. [...] Na TV, o telespectador é passivo, ele aceita e não interfere. A TV fica ligada, mesmo se o cara não está interessado no assunto. [...] Então, o leitor é ativo, o ouvinte é mais ou menos ativo e o telespectador é completamente passivo.

Outra estratégia de Beting foi a utilização de metáforas, em seus textos, para traduzir o “economês”:

Foi o seguinte: quando eu fazia futebol, cuidei de mudar a linguagem do futebol, o ‘futebolês’. E aí, quando fui fazer economia, eu achei que tinha de fazer jornalismo mudando a linguagem, o ‘economês’, que era uma linguagem de economista escrevendo para economista. Então, hoje, você tem isso em algumas profissões. Você tem o publicitário fazendo anúncio para publicitário. Da mesma forma que o arquiteto faz arquitetura para arquitetos. E o advogado faz advocacia para advogados. E quando você vê qualquer parecer de justiça você fala: Meu Deus, que língua é essa? Não dá para entender aquele ‘advogadês’ todo. É advogado escrevendo para outro advogado. Não é para o público. E na economia era a mesma coisa. Não era para o público. Eu me lembro que uma vez eu tive de perguntar por telefone para um engenheiro o que era esse negócio de coeficiente de baixa hidráulicidade de Itaipu? É o nível do lago. Está bom! Obrigada. Coeficiente de hidráulicidade! Na economia, então, era

uma festa esse tipo de coisa. Então, você começa a traduzir isso, e o pessoal começa a entender e a gostar dos eventos, dos fatos e das análises econômicas. Então, vem o debate, em casa ou no bar, e se começa a discutir economia mais ou menos informado.

Está presente no depoimento de Beting, como um diferencial legitimador do campo profissional, o fato de que o jornalista fala para o público e não para os seus pares, como outros profissionais. Ao contrário de Beting, Miriam Leitão diz que não pretende ser didática e definiu o modo como desenvolveu o seu trabalho buscando a clareza:

Eu não quero ser didática, eu quero ser clara. Eu busco sempre a clareza, não o didatismo. Eu acho que o didatismo até tem seu papel. Tem uma hora que você faz um boxezinho ‘Entenda como funciona.’ Isto aí é importante, uma janelinha bem explicativa, bem mastigadinha. Mas eu falo para pessoas inteligentes, pessoas inteligentes de qualquer classe, qualquer área do país.

Ela destacou que trabalha em busca de localizar o que chama de “palavra agregadora” para traduzir os fatos econômicos:

Eu faço todo o esforço possível para ser clara. É a busca da palavra mais agregadora. Se tem uma palavra mais difícil e outra mais simples, eu uso a mais simples. Eu chamo palavras agregadoras aquelas

que são entendidas por mais gente. Então, é obrigação do jornalismo ser claro. Se o seu leitor não te entendeu, a culpa é do jornalista. A clareza vem junto com o respeito ao leitor. Quando você coloca de uma forma clara, você está dizendo: você não é especialista nisso, mas você tem toda a capacidade de entender isso. Mas não é aquele didatismo de: eu sou a professora e vou te ensinar isso. Esta postura eu não quero ter nunca. É esta a diferença que eu faço: não sou professora, sou jornalista. [...] Então, eu quero é ser clara: quanto mais pessoas entenderem aquele assunto que está sendo tratado naquela semana, naquele mês, naquele dia, melhor.

Miriam Leitão explicou como é seu trabalho na cobertura do campo econômico nos diferentes veículos de comunicação:

Eu tenho uma experiência, que é a seguinte hoje: eu faço uma coluna de jornal, que é publicada em vários jornais do Brasil, eu faço um comentário no *Bom Dia Brasil*, que é TV aberta, completamente diferente; faço um programa na *Globo News*, que é TV fechada, um público mais seletivo e tal; faço comentário em rádio, que geralmente é a pessoa que tem carro que está me ouvindo; e o jeito de falar no rádio é completamente diferente, porque você tem de ser bem próxima da pessoa. Na TV você tem a imagem. No jornal, tem o texto para ler, então, está ali, cérebro com cérebro. O rádio você tem de ser bem coloquial e bem próxima da pessoa, porque ele está ali dirigindo e você tem de pegar uma faixa da compreensão dele; ou ele está ali em casa tomando banho, se aprontando, ou está na ginástica. Então, você tem de ser próxima, bem coloquial,

bem natural como se estivesse do lado dele. E isto é o truque do rádio. E faço *blog*.

Os três jornalistas ganharam destaque atuando, sobretudo, como comentaristas dos fatos econômicos. Esse formato jornalístico, do qual se espera especialização por parte de quem exerce a função, segundo registra José Marques de Melo (1985, p. 89-90), surgiu na imprensa brasileira na década de 1950, principalmente com a expansão da televisão, e depois sofreu um declínio, após o Golpe de 1964, com a censura aos processos de difusão e também o fechamento das fontes de informação. Com a abertura, a partir de 1975-1976, o gênero opinativo reapareceu com vigor. Muitos veículos, como a *Folha de S.Paulo* e a *TV Globo*, passaram a abrir seus espaços para comentaristas, como citamos anteriormente. Sobre esse crescimento depois da redemocratização, Melo acrescenta que:

Na imprensa escrita, esse gênero encontra na *Folha de S.Paulo* oportunidade para seu desenvolvimento e também para sua melhor configuração estrutural. [...] Outra inovação é a de valorizar o comentário econômico pela significação cada vez maior que a economia assumiu no quadro da modernização nacional. Emerge, então, o maior cultor desse gênero no país, que é Joelmir Beting (MELO, 1985, p. 90).

Também faz parte das estratégias discursivas desses jornalistas de referência, além da atuação como comentaristas e colunistas, a publicação de livros, com análises sobre episódios importantes da economia brasileira. Beting escreveu os livros

Na prática a teoria é outra (1973) e *Os juro subversivos* (1985), além de dezenas de ensaios para revistas semanais.

Luís Nassif escreveu *O cruzado: por dentro do choque* (1986), *Jornalismo nos anos 1990* (2003) e *Os cabeças de planilha: como o pensamento econômico da era FHC repetiu os equívocos de Rui Barbosa* (2007). Também escreveu uma obra de crônicas: *O Menino de São Benedito e outras crônicas* (2002).

Miriam Leitão participou de dois livros junto com outros jornalistas: *Ciro Gomes – No país dos conflitos* (1994) e *Política é paixão*, de ACM (1995). Ela também escreveu *Produtividade: a chave do desenvolvimento acelerado* (1998), baseado no relatório Mckinsey, e *Saga brasileira: a longa luta de um povo por sua moeda* (2011).

Ao publicar um livro, o jornalista busca romper um pouco a barreira da efemeridade a qual aprisiona sua produção fragmentada nos jornais, que tratam das notícias no curso de um dia. Eles tentam projetar no tempo uma parte de sua obra. No caso dos jornalistas de economia, as publicações ajudam a alimentar seu *status* como profissionais analíticos desse campo.

2.4 Influência da TV na carreira

Para os profissionais entrevistados, a atuação na TV e simultaneamente em jornal impresso e em emissoras de rádio trouxe popularidade a seu trabalho. E essa consequência não ocorreu à toa. No Brasil, a TV reina absoluta entre os veículos de comunicação em termos de audiência. Um exemplo disso é que ela é considerada mais importante do que geladeira para grande parte da população. De acordo com dados do Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Censo Demográfico 2000, o país tem 87,5% de casas com televisão e 82,5% com o outro eletrodoméstico.

Sobre a influência da TV na sua carreira, Joelmir Beting analisou que:

A televisão te dá popularidade, mas não te dá prestígio. No jornalismo de economia, você precisa de prestígio, credibilidade. E isso não vem de TV, não. Isso é da mídia impressa. [...] Pelo conteúdo do jornalismo de economia, a informação impressa é que dá densidade, credibilidade ao jornalista, ou o próprio veículo. A TV pega carona no entretenimento, no *show business*, então, você até tem de fazer um pouco de *show business* tratando da notícia econômica.

Para Beting, a coluna que produziu na mídia impressa por 34 anos foi responsável pela consolidação de sua credibilidade, mas seu capital simbólico se construiu também pela sua atuação simultânea nos vários veículos:

Havia um somatório. Na coluna, você tinha prestígio, levava esse prestígio para a televisão. A televisão te devolvia aquilo em popularidade para a coluna. Então, tinha um agregado de leitores que só passava a te ler por causa da TV. Você tinha como referência a coluna.

Ele afirmou que a capacidade de explicar o fato econômico, inclusive na TV, foi um diferencial, o que o ajudou a se tornar uma referência na área:

A gente informava conceitos, não só notícias, também conceitos dentro da notícia. Então, a gente foi, na verdade, popularizando o entendimento. E aí eu não estava sozinho. A partir desse momento, a gente tinha 10, 15, 20 colegas fazendo a mesma coisa e se espalhou pelas editorias todas.

Para Nassif, o fato de atuar na TV também ajudou na sua projeção e influenciou positivamente na recepção de seu trabalho nos diversos meios. “Ajudou pelo seguinte: eu comecei a ficar mais conhecido na questão do BNH e nos planos econômicos. Tinha esses debates na televisão, e eu participava dos debates. Isso deu uma visibilidade grande”, afirmou. Ele contou que essa influência ocorreu mesmo ele não tendo ido para a emissora de TV hegemônica no país, e destacou a independência que buscou como elemento de construção de sua credibilidade:

Em 1985 ou 1986, eu recusei um convite para ser comentarista da *Globo*. Eu mantive meu programa independente na *TV Gazeta* de São Paulo. Por quê? Porque eu queria ser dono do meu nariz, ter minha opinião. Eu saí da *Folha* brigado, em 1988/1989, e eu tinha o programa em uma TV pequena de São Paulo, fazia comentário no rádio e tinha minha agência de informações. Essa participação na TV também me trouxe retorno, mas porque eu tinha uma produção independente. Era um programa restrito, um programa que cobria mercado, agora, eu tinha um espaço para respirar. A opinião era minha. Eu não tinha restrição. Esse programinha na *TV Gazeta* de São Paulo tirava o sono do Sar-

ney e do Fernando Collor. Tanto que foi tirado do ar pelo Marcelo Neto, na época em que estava na Radiobrás. Então, saí da *Folha* e, a partir de um certo momento, a *Folha* deixou de dar aquele oxigênio que sempre deu. Aí, você vai para o *blog*, que é um meio totalmente diferente. E o que o *blog* me dá? Total liberdade. Então, eu não consigo trabalhar em algo no qual tenha restrição de opinião.

Para Miriam Leitão, a popularidade em decorrência da TV existe, mas não deve influenciar no trabalho do jornalista:

Sobre a ideia do jornalista-celebridade, eu não acredito em celebridade. Não é que estou fazendo tipo, é porque, no jornalismo, você tem de exercer em público o seu trabalho e, na TV, mais ainda. Então, na cabeça de quem acompanha, o telespectador, às vezes fica uma mistura entre o jornalismo, os jornalistas e a parte de celebridade mesmo, que é o entretenimento. Muitos jornalistas confundem essas coisas. Mas eu cheguei muito velha na televisão para saber que jornalismo se faz com trabalho diário, que o jornalista bom é o operário da notícia, que essa ideia da fama, o que te dá é contato mais direto com pessoas que podem aferir a qualidade do seu trabalho. Você tem uma reação mais direta de aprovação ou desaprovação. Você tem uma relação mais imediata, de primeiro grau, com o seu público do que o pessoal de jornal. Sou de jornal, televisão e revista, já passei por várias mídias e hoje estou em várias. Eu sei que a TV especificamente dá um tipo de notoriedade que, quando você é muito jovem, você confunde as coisas. Mas, quando você chega com maturidade, sabe que isso não

existe. Isto é uma bobagem. É notório hoje e não é amanhã se você passa para outra mídia. O importante é o jornalismo, não é onde é feito. Eu já vi alguns achando que são atores, que representam a notícia. Mas eu já cheguei velha na televisão para acreditar nisso.

A jornalista, em seu relato, fez questão de separar informação de entretenimento e critica os colegas de profissão que se comportam como celebridades. Sobre ser uma referência na imprensa de economia no país, ela disse que:

Eu não sei se eu sou referência. Eu sei que eu faço isso há muito tempo e estou exposta a várias mídias, e mídias muito poderosas como a *TV Globo*. Mas eu acho que tem muito jornalista de economia importante e referência no Brasil. Eu diariamente me pergunto o que eu preciso estudar, ler, ver, o que eu preciso buscar de informação, quem que vai me ajudar a informar a opinião sobre isso. E isso eu nunca vou perder. Isso eu sei que é o eixo central do meu trabalho. Eu sei que, se eu perder isso, vou virar uma palpiteira. Vou sair dando palpite. Palpite todo mundo pode dar. E todo mundo tem de ter o direito de dar palpite. O médico pode falar 'Ah! Eu acho isso' sobre um assunto que não é da área dele. Mas eu não posso falar sem embasamento. Eu tenho de buscar meu embasamento.

Observa-se o que ela entende como uma origem da autoridade de sua fala como comentarista: palpite todo mundo tem; o jornalista, no entanto, tem uma opinião embasada. A

atuação em diferentes veículos, associada ao tempo de trabalho, para Miriam Leitão, a ajudou a construir sua credibilidade. Ela reiterou mais uma vez a questão do estudo como sua prática constante:

Eu acho que o fato de eu estar aí há muito tempo contribuiu. Mas o que eu acho que me ajuda basicamente é o meu entendimento que eu sou uma privilegiada. Eu estou fazendo um curso que nunca vai acabar. Só quando eu morrer. Eu estou estudando. Me sinto aquela pessoa privilegiada que tem todos os professores disponíveis. Eu posso ligar hoje para qualquer pessoa. Tem gente que pode não me atender, mas eu posso ligar e falar: me explique isso! Então, você imagina que maravilha! A quantidade de professor bom que eu já tive na minha vida e entender o assunto mais profundamente. E ‘me explique isso’ pode ser qualquer pessoa, de vários níveis, educacionais inclusive. Ele pode entender alguma coisa que eu não sei e vai me explicar como é que funciona. Então, acho que essa é a grande fonte de minha credibilidade. A grande fonte do meu trabalho é que eu sei que tenho de estudar todo dia, que amanhã eu vou estudar, e depois vou estudar, vou sempre estudar. E que eu tenho esse privilégio. A melhor coisa da vida é ser estudante. E eu estou estudando ao longo de toda a minha vida.

E a popularidade adquirida com o trabalho na TV influenciaria no contato com as fontes e na forma de captar a informação econômica? Como esse processo ocorre no jornalismo interpretativo na visão desses jornalistas?

Joelmir Beting contou que desenvolveu um trabalho mais focado em pesquisa do que em entrevistas com fontes:

A gente trabalha com 30% de contato com as fontes e com 70% com documentação, o que é um desafio grande. Documentação não tem fim. Todo dia chega. No meu caso, que sou uma referência, eu não vou atrás da notícia, a notícia vem atrás de mim. Todo dia eu tenho na minha mesa um vasto material — trabalhos, estudos, ensaios, livros, relatórios e balanços. Tenho de fazer uma triagem daquilo e é pessoal, você não pode transferir para ninguém. Só você sabe qual é a importância desse ou daquele. E nesse documento é onde está o seu interesse ou não está o seu interesse. Se alguém fizer por você, você vai se perder no meio do caminho. Então, é um trabalho cumulativo de 15 horas por dia, não tem como fazer diferente. Você mais estuda do que trabalha, ou melhor, o trabalho virou estudo. Então, se alguém estuda economia no Brasil, é o jornalista econômico. Estuda mais do que economista. O jornalista tem de estudar mais economia do que economista, porque trabalha com uma documentação viva, diária, cumulativa, além das fontes perenes, das fontes permanentes, que são os grandes ensaios, os grandes autores, os grandes livros. Eu, por exemplo, não tenho reserva de um minuto para ler ficção de qualquer natureza. A minha cota de não ficção e voltada para a economia política diária esgota todo o meu tempo. Quando eu quero refrescar a cabeça, fico ouvindo música, mais nada. E sempre trabalhei de segunda a domingo, das 8 da manhã às 22 da noite.

Mais uma vez, a questão do estudo aparece no relato de Beting como algo muito importante para atuar como jornalista de economia, que lhe dá autoridade para falar sobre os fatos econômicos.

Sobre o relacionamento com as fontes, particularmente durante o período em que escreveu uma coluna sobre os fatos econômicos na *Folha de S.Paulo*, Luís Nassif disse que:

Eu sempre tive posição muito marcada. Nunca fiquei em cima do muro, digamos, na coluna. Agora, as fontes sabiam que eu não sacaneava. Então, eu não tinha dificuldades de ouvir fontes, mesmo as que eu criticava, porque elas sabiam que eu tinha convicções e, se tivessem bons argumentos, eu me curvava. Ter convicções não quer dizer você estar preso numa ideia e não mudar nunca. Você tem de estar aberto... O que eu sempre usei jornalisticamente é que você não tem um pensamento que é totalmente virtuoso, nem um que seja totalmente pernicioso. Vamos pegar o mercado de capitais, que vai ser fundamental para alavancar a próxima etapa do desenvolvimento. Então, com essa distorção, fica todo mundo aplicando em taxa de juros, ganhando dinheiro fácil, e não olha para cá. Então, quando você pega o pensamento desenvolvimentista, tem todos os exageros dos anos 1980 e tem um papel pró-ativo do estado. Então, eu acho que o papel do jornalista não é se envolver ideologicamente. Em todo o campo de conhecimento, você pode pegar as coisas boas, exemplos bons, e disseminar. [...] Então, o primeiro ponto é você estar aberto às ideias e o segundo ponto é a fonte saber que você não vai sacanear.

Miriam Leitão explica que, muitas vezes, é complicado o relacionamento com as fontes ao trabalhar a notícia em vários veículos:

Olha, às vezes, é complicado. Porque o rádio quer que eu seja bem opinativa. E, às vezes, eu vou fazer uma crítica feroz a uma pessoa que depois eu precisaria ligar. Então, eu tenho de fazer uma opção. E faço opção por dizer claramente o que eu penso. Eu não posso deixar de dar minha opinião porque preciso daquela fonte depois. Eu não posso fazer essa escolha. Se eu fizer, eu estou traindo algo, ou aquela pessoa, o ouvinte de rádio.

Ao analisar a posição desses jornalistas na cobertura de economia do país, verifica-se que eles se reconhecem como profissionais que pensam e estudam sobre os fatos econômicos, que se diferenciam na imprensa, porque conseguiram atuar principalmente no campo da análise (como colunistas e comentaristas). Seguindo esse raciocínio, eles teriam um papel de intelectuais na imprensa brasileira?

A questão do jornalista como intelectual envolve abordagens divergentes. Para Bourdieu (1997, p. 66), o fato de estar próximo às instâncias do poder e de ter a chance de se exprimir publicamente leva jornalistas a se posicionarem como intelectuais.

Bourdieu ressalta que os jornalistas devem sua importância no mundo social ao fato de que detêm um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala da informação e, por meio desses instrumentos,

sobre o acesso dos simples cidadãos, mas também dos outros produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de “espaço público”, isto é, à grande difusão.

Embora ocupem uma posição inferior, dominada, nos campos de produção cultural, segundo destaca Bourdieu, os jornalistas exercem uma forma raríssima de dominação: têm o poder sobre os meios de se exprimir publicamente, de existir publicamente, de ser conhecido, de ter acesso à notoriedade pública (o que, para os políticos e para certos intelectuais, é um prêmio capital). No caso dos três profissionais citados, o fato de trabalharem em vários veículos de comunicação simultaneamente lhes conferiu ter acesso a mais canais para se fazer ouvir. E eles detêm um lugar de poder enorme, porque trabalham no campo da análise de informações e podem, com seus posicionamentos, até mesmo influenciar decisões econômicas.

Bourdieu enfatiza que esse poder de se exprimir para o público proporciona aos jornalistas serem cercados (pelo menos os mais poderosos deles) de uma consideração muitas vezes desproporcional aos seus méritos intelectuais. “O fato de que os jornalistas estão, mesmo os mais reconhecidos, em posição de inferioridade estrutural com relação a categorias que eles podem dominar ocasionalmente, como os intelectuais — entre os quais eles ardem por classificar-se — e os políticos, contribui sem dúvida para explicar sua tendência constante ao anti-intelectualismo” (BOURDIEU, 1997, p. 66).

Mas, estando em condições de ter acesso permanente à visibilidade pública, à expressão em grande escala, principalmente no caso de quem trabalha na televisão, os jornalistas —

principalmente os que atuam como comentaristas — podem impor ao conjunto da sociedade seus princípios de visão do mundo, sua problemática, seu ponto de vista. Bourdieu enxerga, portanto, de forma crítica os jornalistas que, ocasionalmente, se intitulam como intelectuais.

Já na perspectiva de Antônio Gramsci (1989, p. 7), todo homem é um intelectual. Para ele, os intelectuais não se constituem pela concepção de um “saber superior”, mas pelas funções que essa categoria assume nas relações sociais: “todos os homens são intelectuais, poder-se-ia dizer então; mas nem todos os homens desempenham na sociedade a função de intelectuais”.

No pensamento gramsciano, ser intelectual não quer dizer ter uma formação acadêmica específica, mas significa uma ação social, ser um tipo de agente capaz de fazer a ligação entre superestrutura e infraestrutura, independentemente de sua escolaridade específica, mas em vínculo estreito com o “lugar” que ocupa nas relações materiais/sociais de uma determinada produção social.

Para Gramsci, a estrutura e a superestrutura formam um “bloco histórico”, isto é, um conjunto complexo e contraditório, no qual a superestrutura é o reflexo da totalidade das relações sociais de produção. Porém, é preciso observar que a relação entre superestrutura e infraestrutura não se dá abstratamente. Ela acontece de maneira concreta, histórica e teria de ser feita de forma orgânica, necessariamente, e ao intelectual caberia mais essa função (além da que lhe cabe na classe social): a de realizar a vinculação dentro do bloco histórico.

Gramsci fala dos jornalistas na sua abordagem sobre intelectual orgânico: “O tipo tradicional e vulgarizado do intelectual é fornecido pelo literato, pelo filósofo, pelo artista. Por isso, os jornalistas — que creem ser literatos, filósofos, artistas — creem também ser os ‘verdadeiros’ intelectuais” (GRAMSCI, 1989, p. 8).

Ao discutir a emergência do “intelectual jornalista”, Fábio Henrique Pereira (2004, p.1-8) destaca que, na sociedade globalizada, a mídia ocupa seu espaço político e cultural, articulando-se com as massas, ao mesmo tempo em que define uma visão de mundo hegemônica. Sua centralidade, contudo, é ancorada também na ação dos intelectuais orgânicos, que lhe garantem unicidade e produzem um discurso midiático universalizante, calcado no ideal do interesse público. Nesse processo, atribui-se papel relevante ao jornalista.

Ele registra que vários pesquisadores, utilizando perspectivas teóricas distintas, já haviam apontado para a emergência dos intelectuais-jornalistas. Os autores espanhóis Ortega e Humanes (2001), citados por Pereira, por exemplo, dizem que os jornalistas teriam preenchido o vácuo intelectual deixado pela igreja e pelos partidos políticos. A mídia seria responsável por estabelecer um horizonte de referências culturais e modificar a estrutura da pauta cotidiana por meio da construção de uma realidade que vai além da representação. A função do jornalista seria, portanto, a de sistematizar a produção e a distribuição da cultura a partir de princípios incontornáveis — as rotinas produtivas —, que funcionariam à maneira dos paradigmas científicos.

Eles baseiam sua análise não só na importância adquirida pelas corporações midiáticas na sociedade contemporânea, mas no crescente prestígio que os jornalistas desfrutam junto ao público, na medida em que vários deles figuram entre as constelações de famosos e possuem grande autonomia na produção do noticiário. Esse é o caso dos jornalistas de referência na cobertura e análise das notícias de economia aqui citados.

Outra abordagem interessante foi feita por Beatriz Sarlo (1997, p. 159-168) em uma perspectiva ligada aos estudos culturais. Para ela, os intelectuais no sentido “clássico”, detentores de um monopólio discursivo calcado na diferença de saberes, estariam, agora, imersos em uma rede, onde se sobressairiam técnicos e intelectuais ligados à comunicação de massa. Dois fatores teriam contribuído para a diluição dos saberes intelectuais em uma espécie de “pluralismo midiático”: a ascensão dos saberes técnicos em detrimento dos saberes filosófico-morais e o fim das utopias políticas. A autora acredita que só a mídia seria capaz de estabelecer uma relação comunitária de proximidade com o público.

Para Pereira (2004, p. 1-8), os jornalistas seriam intelectuais orgânicos, que desempenham funções hegemônicas na sociedade, por meio das instituições midiáticas. Concordamos com a perspectiva apontada por Pereira, mas entendemos que ela não se estende a todos os jornalistas. Alguns, por alcançarem uma posição de prestígio — entre os próprios colegas de profissão e também por parte do público —, se posicionam na imprensa como intelectuais pelo fato de deterem o “poder” de analisar e comentar fatos jornalísticos. É o caso dos jornalistas

de referência citados nesta abordagem, que chamamos de “particular”, sobre essa categoria.

2.5 Perfil profissional dos jornalistas de economia

O perfil do jornalista de economia mudou do regime militar para a “Nova República”? Quais as características gerais dessa categoria no final do século XX? Por meio de análise documental em pesquisas realizadas, é possível verificar traços desse grupo profissional nesses períodos, partindo para uma abordagem “geral” sobre os jornalistas de economia.

Nos anos 1970, o jornalista de economia começava a buscar uma maior especialização para atuar nessa cobertura, além da formação de nível superior. Em uma pesquisa sobre o jornalismo dessa área no período do regime militar, Quintão (1987, p. 121-124) registrou o perfil do profissional nessa época, a partir de informações levantadas por meio de questionário com 82 dos 150 participantes do 1º Encontro de Jornalistas de Economia, realizado no dia 27 de outubro de 1979, no Rio de Janeiro. Esse evento foi patrocinado pelas três associações desses profissionais criadas na década de 1970: a Associação dos Jornalistas de Economia de São Paulo (AJOESP), fundada em 1972, com 70 associados; a AJEF, que surgiu em 1973, no Rio de Janeiro, com 50 sócios; e a AJOEB, criada em 1976, em Brasília, com cerca de 100 associados⁴⁴.

⁴⁴ O objetivo das associações era se fortalecer como categoria, porque esses profissionais tinham dificuldade de acesso às fontes e estavam submetidos ao rigor

Participaram desse evento jornalistas de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Sergipe, Ceará, Pernambuco e Bahia. Esse levantamento mostrou que a maioria desses profissionais começou a atuar no período do “milagre econômico”: 92,6% iniciaram suas atividades jornalísticas entre 1967 e 1976 e 38% entre 1969 e 1972.

Rio de Janeiro e São Paulo apareceram como os Estados que mais empregavam esses profissionais. Dos 82 entrevistados, 42,7% começaram a trabalhar na profissão no Rio e 36,6% em São Paulo. Juntos, esses dois centros urbano-industriais absorviam 79,3% dos jornalistas de economia no país nos anos 1970.

Com relação à formação desse profissional e seu preparo formal para o exercício das atividades dessa cobertura jornalística, a pesquisa feita por Quintão (1987, p. 121-124) mostra que 60,9% eram graduados apenas em Comunicação e 27% em outro curso da área de ciências sociais: 9,7% em Ciências Sociais; 8,5% em Economia; e 8,5% em Direito. O percentual restante representava os que começaram, mas não concluíram um curso superior e os que não tinham nenhuma formação universitária.

Dos 79,5% dos jornalistas com curso superior, 43% estudaram no Rio de Janeiro e 36,5% em São Paulo. Os graduados em Comunicação Social começaram a ocupar espaço nesse mercado de trabalho a partir de 1966⁴⁵. As instituições mais

da censura (QUINTÃO, 1987, p. 118-121). Com a redemocratização do país, deixaram de existir, porque acabaram perdendo o objetivo, à medida que se ampliaram as fontes de informação (ABREU, 2003, p. 48).

⁴⁵ Somente em 1969 o diploma de bacharel em jornalismo ou comunicação passou a ser de fato condição para se obter o registro profissional e para o exercício

citadas como local de formação desses profissionais foram: as Faculdades Cândido Mendes e a de Filosofia, a UFRJ e a PUC, no Rio de Janeiro; e a Faculdade Cásper Líbero e a USP, em São Paulo⁴⁶.

Nos anos 1970, poucos jornalistas tinham pós-graduação. A pesquisa feita em 1979 mostrou que apenas dois dos 82 entrevistados tinham feito esse tipo de curso, sendo que um fez mestrado em comunicação pela PUC-Rio e, o outro, em economia internacional em São Paulo.

O jornalista tinha uma formação suficiente para atuar no jornalismo de economia? Quintão (1987, p. 121-124) constata que a experiência desses profissionais para cobrir a área não era suficientemente sólida nessa época. Os cursos acadêmicos formais apresentavam deficiências do ponto de vista da preparação para essa cobertura específica. Nessa fase, surgiram cursos rápidos de especialização ou treinamento nessa área (25,6% dos entrevistados afirmaram que o fizeram em busca de complementar sua formação).

No que diz respeito ao posicionamento dos jornalistas de economia sobre sua atuação no período, Quintão identificou

das atividades (através do Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969). Mas o movimento para a consolidação de uma formação específica da categoria começou em 1938, quando Getúlio Vargas, através do Decreto-lei nº 910, dispôs sobre as condições de trabalho nas empresas jornalísticas e criou as escolas de jornalismo (RIBEIRO, 2007, p. 93). Os cursos de jornalismo de nível superior haviam sido criados em 1943, mas a grande procura por eles deu-se a partir dos anos 1960 (ABREU, 2003, p. 31).

⁴⁶ O primeiro curso regular de jornalismo do país foi fundado pela Fundação Cásper Líbero, vinculado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras São Bento, da PUC de São Paulo, autorizado pelo Decreto nº 23087, de 19 de maio de 1947. O primeiro curso de uma instituição pública foi criado na Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, a atual UFRJ (RIBEIRO, 2007, p. 293-294).

nesse grupo duas principais correntes nos anos 1970. Uma defendia o treinamento e a especialização como fundamentais para a preparação dos repórteres de economia, considerando-a um instrumento novo e essencial para o exercício da profissão na área. E a outra entendia que a especialização, pelo contrário, servia para legitimar um regime político autoritário e o sistema econômico concentrador de renda e alienante em vigor. “Para esse segundo grupo, os jornalistas de economia tornam-se veículos de difusão da ideologia do segmento de classe que se apodera dos aparelhos do poder do Estado a partir de 1964” (QUINTÃO, 1987, p. 110).

Em um período no qual a imprensa era vigiada pelo regime militar, predominou o oficialismo na cobertura de economia. Nesse contexto, frequentemente ocorria a cooptação desse profissional por parte das autoridades governamentais.

Abreu (2001; 2003), em uma pesquisa realizada com 55 jornalistas da imprensa do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, também fez uma abordagem sobre o posicionamento político e a formação educacional desses profissionais. Ela verificou que, entre os jornalistas que ocupavam cargos de prestígio ou de direção nas redações, e iniciaram a vida profissional nos anos 1970-1980, houve um aumento dos que concluíram cursos universitários de Jornalismo (53%) em relação aos formados em Ciências Sociais, História ou Economia (23%) e em Direito (6%). Na geração anterior, a que ingressou nas redações no período do pós-guerra ou durante os anos 1950, somente 8% tinham feito o curso de Jornalismo; e os que frequentaram

universidade, em sua maioria, concluíram a graduação em Direito (ABREU, 2003, p. 31)⁴⁷.

O estudo de Abreu, realizado no final do século XX, mostrou que a geração de jornalistas a qual iniciou a vida profissional nos anos 1960, durante o regime militar, viveu o auge do engajamento político. E também que a profissionalização foi, inclusive, procurada como recurso para uma atuação autônoma do ponto de vista político, “um meio de o jornalista obter o reconhecimento social através da especialização”.

Antoine Prost (1998, p. 14-26), citado por Abreu (2001, p. 4; 2003, p. 17), registra que o engajamento é típico do século XX, porque foi nesse século que caíram todas as barreiras as quais impediam o direito do indivíduo de se associar, se reunir e se expressar e ampliaram-se os sindicatos, os partidos políticos, os movimentos de reivindicação, as associações cívicas etc. O engajamento é uma atitude pessoal, é uma decisão “voluntária”, e se engajar politicamente significa a adesão a uma ideologia e o exercício de uma atividade organizada no interior de um partido ou movimento.

Abreu (2001, p. 4; 2003, p. 17), ao citar Michelle Perrot (1998, p. 4-13), explica que ser engajado é participar de um conjunto de valores, atitudes, de um processo de identidade. O engajamento teria nascido do sentimento de intolerável, diante

⁴⁷ O curso de Direito era procurado pela maioria dos jornalistas que atuavam na imprensa carioca no final do século XIX e início do XX, conforme registra Barbosa (2000, p. 61-112), em um estudo sobre os principais jornais diários do Rio de Janeiro entre 1880 e 1920. Em segundo lugar, vinham os cursos da área de Biomédicas. Grande parte dos jornalistas se formava nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

da injustiça, da indignação provocada pela arbitrariedade, levando à ideia de que a passividade é culpada e cúmplice.

O indivíduo engajado se mobiliza em torno de objetivos políticos, que podem ser orientados para a luta pela garantia das liberdades democráticas, pelos direitos dos cidadãos, contra as ditaduras, pela reunião ou separação dos territórios de uma nação, em defesa da classe operária, em defesa dos oprimidos etc.

No Brasil, ser engajado, nos anos 1960/1970, representava participar de ações a serviço de uma sociedade mais justa, mais igual, derrubar os militares do poder e implantar um regime democrático ou socialista. Nesse último caso, estavam os filiados aos partidos Comunista Brasileiro (PCB) e Comunista do Brasil (PC do B) e a outros movimentos de esquerda, bem como aos movimentos revolucionários de guerrilha que se formaram no final dos anos 1960 (ABREU, 2001, p. 3-4; 2003, p. 18).

A imprensa foi, para muitos jovens, o caminho para divulgar suas posições ideológicas, uma forma de exercer um engajamento político. Essa ação resultou na introdução de mudanças na forma de praticar o jornalismo.

Abreu (2001, p. 6) registra que, dos entrevistados para sua pesquisa, 42% foram filiados a partidos ou movimentos de esquerda, sendo que 60% declararam sua filiação ao PCB durante os anos 1960/70. Os outros 40% se distribuíam entre os vários movimentos de esquerda que atuaram no final dos anos 1960 e que atraíram um grande número de jovens universitários, com propostas de mudanças sociais por meio da luta armada.

É importante assinalar que, no período pós-guerra, no Brasil, muitos jornais de prestígio e grande circulação tinham, entre seus jornalistas, filiados ou simpatizantes do PCB. A escolha por essa profissão era uma forma de exercer um engajamento político, divulgar uma ideologia e atuar politicamente. No final dos anos 1960, foram os dissidentes do PCB que utilizaram a imprensa como forma de engajamento.

Essa predileção por parte das redações em contratar jornalistas “engajados” para seus quadros aparece em relatos de profissionais da imprensa que atuaram nessa época, como é o caso do feito pelo jornalista Cláudio Lachini no livro *Anábase: história da Gazeta Mercantil* (2000). Ao relatar o processo de modernização pelo qual passou esse diário de notícias de economia na metade dos anos 1970, ele registrou:

A redação do jornal foi se fortalecendo com novas contratações. Muitos eram ex-militantes da política estudantil. Luiz Fernando Levy⁴⁸ chegou a confessar que preferia jornalistas de esquerda e, particularmente, quem tivesse passado pelo PCB por serem considerados ‘os melhores quadros da imprensa, disciplinados, combativos, leais e conservadores’ (LACHINI, 2000, p. 24).

É possível verificar se o jornalista mudou com relação ao seu posicionamento político do regime militar para o período de redemocratização? Abreu (2001, p. 12-13) afirma que, a partir

⁴⁸ Luiz Fernando Levy herdou, em 1980, o jornal *Gazeta Mercantil*, fundado em 1920 e adquirido por sua família em 1934 (LACHINI, 2000, p. 62).

dos anos 1980, esse engajamento começou a diminuir ou a assumir novas formas.

As editorias de economia, criadas ou reestruturadas durante a ditadura militar, com a abertura do país, continuaram a deter um grande prestígio nas redações. A redemocratização, no Brasil, se deu paralelamente à desilusão política com o socialismo, com a desagregação do regime comunista, com o desprestígio da ideologia marxista e com o fim das utopias de construção de um mundo socialista, mais justo e mais igual. Nesse contexto, velhas formas de engajamento político desapareceram, foi o momento de atitudes “apolíticas”, de recuo dos intelectuais, que não desempenhavam mais o papel de mediadores ou porta-vozes das ideias de mudança e de revolução. Houve uma ascensão dos técnicos, dos *experts*, dos jornalistas, que falavam sem paixões (ABREU, 2001, p. 12-13).

Para Abreu, está nascendo um novo tipo de engajamento, em que o cidadão tem pouco interesse em uma participação institucional, não se interessa em aderir a um partido ou movimento, em atuar politicamente por meio de expressão artística, literária etc. “O engajamento agora se atomizou e se privatizou. Não tem mais motivações revolucionárias, não quer mudar o mundo”.

Os jornais passaram a valorizar os aspectos técnicos, mais profissionais do jornalismo, em detrimento de ideologias e da política. Atualmente, quando o país vive um período de plena liberdade de imprensa, com o funcionamento das instituições democráticas, há um desinteresse crescente, que é geralmente atribuído ao público consumidor de notícias, pelos temas políticos. Alguns jornalistas declaram que os leitores ou

telespectadores têm um interesse cada vez maior pelo noticiário jornalístico de forma utilitária; o público se interessa por aquilo que ele pode usar, busca informações que podem lhe trazer algum ganho direto e imediato. Tem cada vez menos tempo para se dedicar à leitura de jornais; está cada vez mais seletivo, mais pragmático, utilitário. Por outro lado, houve uma enorme fragmentação de interesses e o número de assuntos que têm a atenção do público é cada vez maior.

A pesquisa de Abreu identificou, portanto, algumas orientações do jornalismo que são praticadas no início do século XXI: “os jornalistas ontem eram engajados politicamente, tinham uma ação dentro de partidos políticos ou movimentos. Hoje são profissionais ou técnicos que vivem a crise do engajamento”.

2.6 Mudanças no século XXI

Outra mudança que ocorreu no grupo de jornalistas que atuam na cobertura de economia foi o aumento da capacitação profissional por meio de cursos de pós-graduação e de extensão na área de economia no Brasil e no exterior. Isso porque os profissionais enfrentam um mercado de trabalho muito mais concorrido e exigente do que o dos anos 1970 e 1980.

A partir da análise dos currículos de 491 profissionais publicados no livro *Jornalistas Brasileiros: quem é quem no jornalismo de economia* (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005), resultado de um levantamento realizado entre dezembro de 2004 e maio de 2005, é possível verificar o perfil de quem produz a notícia de economia no início do século XXI. Nesse livro, levaram-se em

conta dois critérios para publicação dos currículos: jornalista que trabalha com economia e que tenha alguma ligação com um veículo de comunicação, considerando-se veículos agências de notícias, emissoras de rádio e de televisão, jornais, revistas e sites. Além dos que trabalham com economia em veículos ou colaboram com algum deles, também foram incluídos os diretores de redação e/ou editores chefes.

O universo de 491 entrevistados ficou dividido da seguinte forma: 402 jornalistas que atuam em redação; 72 que ocupam cargos de direção (diretor ou editor-chefe) e 17 classificados na publicação como “independentes” porque trabalham em redação e, embora não estejam vinculados a um veículo, continuam trabalhando com jornalismo econômico como *freelancers*.

A partir dos dados dessa publicação, constata-se que a maioria dos profissionais que atua no noticiário de economia é formada em Comunicação Social. Do total, 340 declaram ter graduação em jornalismo (69,24%), sendo que 44 desses também são formados em outro curso superior (8,96%).

Dos 44 que têm dupla formação, nove são formados em Jornalismo e em Economia (1,8% dos 491 entrevistados), seis em Jornalismo e em Letras, um em Jornalismo e em Matemática e sete em Jornalismo e Direito.

Dos que atuam como jornalistas, mas não são formados em Comunicação Social, somente três têm formação superior apenas em Economia; 12, em Direito, sendo que dois em Direito e em outra graduação da área de humanas; três, em Ciências Sociais e 14 têm graduações em outras áreas.

A região Sudeste abriga o maior mercado de trabalho para os jornalistas de economia e é onde se encontram as instituições de ensino mais procuradas para a formação acadêmica. Os 491 jornalistas da pesquisa de 2005 estão empregados ou têm outros tipos de vínculos trabalhistas com 108 veículos de comunicação, sendo que 65,75% estão nessa região (57 em São Paulo, 10 no Rio de Janeiro, 3 em Minas Gerais e 1 no Espírito Santo). O restante está distribuído nas outras regiões do país: 11,11%, tanto no Nordeste quanto no Sul; 6,5%, no Centro-Oeste e 4,63%, no Norte.

Dentro do universo dessa análise, observa-se que o profissional que atua na cobertura dos fatos econômicos se emprega em pelo menos: oito jornais especializados nessa área; 41 jornais de cobertura geral, inclusive a de economia; em 18 revistas especializadas; em nove revistas gerais; em sete emissoras de TV; em três canais de TV a cabo; em dez agências de notícia; em sete emissoras de rádio e em cinco sites especializados.

Na região Sudeste, se formaram 52,74% dos 491 profissionais. Como nos anos 1970, São Paulo e Rio de Janeiro continuam sendo os dois grandes centros de formação acadêmica e de iniciação na carreira do jornalismo de economia: 180 se formaram em instituições paulistas e 52 em escolas cariocas. Do total, 39 graduaram-se na região Sul do país, 35, no Nordeste, 14, na Centro-Oeste e 8, na Norte.

As instituições de ensino superior responsáveis pela formação da maior parte dos jornalistas de economia no país continuam sendo as tradicionais USP, Faculdade Cásper Líbero e UFRJ. Na sequência das mais procuradas, estão as PUC de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Ainda com relação à formação do jornalista de economia, observa-se que o profissional do final do século XX e início do XXI está mais preocupado em continuar a se capacitar. Dos 491 considerados na pesquisa, 31,6% fizeram uma pós-graduação: 86 fizeram especialização (17,5%); 30, mestrado (6,10%); 38, *Master in Business Administration* (MBA), que representam 7,73%, e apenas um fez doutorado.

O jornalista de economia está buscando se especializar mais para desenvolver a cobertura específica na qual atua. Das áreas procuradas para a pós-graduação, 81 fizeram cursos dentro do campo da economia (incluindo cursos de jornalismo de economia), 50 fizeram em comunicação e 21 em outras áreas.

A formação complementar por meio de cursos de extensão ou de curta duração também tem sido procurada para a absorção de conhecimentos específicos sobre os diversos segmentos que compõem a cobertura jornalística do campo econômico. Do total, 48 declaram que fizeram esse tipo de aperfeiçoamento profissional: 26 na área de economia; 15 fizeram treinamentos em jornalismo promovidos por veículos de comunicação (*Estado de S. Paulo, Editora Abril e Gazeta Mercantil*) e sete fizeram outros cursos na área de jornalismo.

2.7 Ocupação na redação: jovens e mulheres

Verifica-se uma maior participação de profissionais jovens na imprensa de economia. A maior parte dos 491 jornalistas começou na profissão nas duas últimas décadas do século XX: 24,43% nos anos 1980 e 34% nos anos 1990.

O fato de o século XXI ter começado mal para as empresas jornalísticas, que passaram a existir diante de um cenário de crise financeira, pode ser uma das explicações para isso. A crise que assolou o mercado e as empresas de comunicação, entre os anos 2000 e 2004, acabou expulsando do mercado jornalistas experientes e abriu espaço para jovens.

O crescimento do endividamento — com a tomada de créditos externos nos anos 1995-1998, com o dólar em baixa — somado a investimentos nem sempre bem-sucedidos em telecomunicações e combinado com a estagnação da economia nacional, desde 2001, levaram grandes empresas a refazer suas estruturas, renegociar dívidas com credores e a demitir funcionários.

A história mostra que, quando a economia do país vai mal, a mídia é um dos primeiros setores atingidos, porque empresas privadas, estatais e governo se retraem e cortam imediatamente verbas publicitárias. Empresas antes sólidas e de tradição, como o *Jornal do Brasil* e a *Gazeta Mercantil*, deixaram de recolher impostos, terceirizaram seus funcionários para não pagar encargos trabalhistas e, volta e meia, enfrentam greves por atraso de salários (CALDAS, 2003, p. 35).⁴⁹

Enquanto as editorias de economia das redações estão sendo ocupadas por jovens profissionais na produção da

⁴⁹ As redações da *Gazeta Mercantil* chegaram a empregar 500 jornalistas em todo o Brasil. Eles produziam a edição nacional e também os 21 jornais regionais que a empresa chegou a ter antes da crise que a acometeu nos últimos anos do século XX. Em 2001, demitiu 400 pessoas (incluindo jornalistas e outros profissionais) em um só dia. Em 2004, aproximadamente 300 jornalistas trabalhavam para a produção do conteúdo da *Gazeta Mercantil* (LENE, 2004).

notícia, nos cargos de direção (diretor ou editor-chefe) predominam jornalistas com mais experiência. Verifica-se essa característica ao se observar que 52 dos 72 entrevistados dessa categoria (que informaram a época na qual começaram a trabalhar no jornalismo) entraram nesse mercado nas seguintes décadas: 16 nos anos 1950; 18, nos anos 1960; e 13, nos anos 1970. Apenas cinco entraram no mercado nos anos 1980 e somente um nos anos 1990.

Com relação à formação desses 72 jornalistas mais experientes que ocupam cargo de direção, 36 têm curso superior em jornalismo, sendo cinco com duas graduações (em jornalismo e em outra área das ciências humanas).

Como nas décadas de 1950 e 1960 ainda não estava consolidada a exigência de diploma em jornalismo para o exercício da profissão, verifica-se a formação em outros cursos superiores: oito, em Direito; dois, em Ciências Sociais; um, em Economia; um, em Matemática; um, em Letras; e um, em Letras e Matemática.

A preocupação dos profissionais que entraram no mercado jornalístico entre os anos 1950 e 1970 em buscar uma formação acadêmica após a graduação era menor. Havia uma valorização da experiência prática na área de jornalismo que não necessariamente passava pelo fato de o profissional ter especialização, mestrado ou mesmo doutorado.

Do total dos ocupantes de cargo de direção, dois fizeram curso de extensão (na área de economia), oito de especialização, três fizeram mestrado e nenhum fez MBA ou doutorado. Dos que fizeram pós-graduação, dois foram na área de

economia, seis em comunicação e dois em outras áreas das ciências humanas.

Outro destaque é que a presença de grande número de mulheres no jornalismo de econômica. Do total, levando-se em consideração os jornalistas que atuam em redação (fixos e *freelancers*) e os que ocupam cargos de direção, 251 são homens e 236 são mulheres. A presença feminina, portanto, é praticamente proporcional: 51% homens e 48% de mulheres.

Mas percebe-se que há uma diferença na ocupação dos cargos e distribuição de poder entre os gêneros. As mulheres têm uma maior presença na reportagem: 222 dos 419 que compõem o grupo de jornalistas os quais atuam como repórteres em veículos para a cobertura de economia, ou seja, elas representam 45,21%. E são 188 homens: 38,28% desse grupo.

Em cargo de direção, no entanto, predomina o gênero masculino. Dos 72 jornalistas dessa subcategoria, 63 são homens e apenas oito são mulheres. Esse dado reflete a distorção na ocupação de cargos que ainda ocorre no mercado de trabalho no Brasil: as mulheres representam metade da população economicamente ativa do país, mas ainda são minoria nos cargos de chefia⁵⁰.

⁵⁰ No ambiente corporativo brasileiro, 72% dos cargos de gerência e supervisão são ocupados por homens, de acordo com uma pesquisa de 2005 realizada pela empresa Ken Blanchard com 2,3 mil líderes de 47 empresas nacionais, de 14 segmentos diferentes. A representação de mulheres em cargos de chefia ainda é pequena, mas não foi constatada diferença de eficácia entre os sexos em suas ocupações (REIS, 2005). A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD 2002), realizada pelo IBGE, mostra que há, no país, discriminação também com relação à remuneração no mercado de trabalho. A presença das mulheres vem se tornando cada vez maior, mas, em 2002, elas continuavam com rendimento inferior ao dos homens.

No jornalismo, pouco a pouco, contudo, esse hiato vem diminuindo e a mudança de comportamento já aparece nos registros em livros e em sites da categoria como uma conquista e uma evolução do mercado. No *Comunique-se*, por exemplo, foi registrada em um artigo do jornalista Eduardo Ribeiro:

As mulheres, por todos os indicadores existentes, já são maioria tanto nas redações quanto nos bancos universitários, nos cursos de jornalismo. Apesar disso, sua ascensão ao comando dos veículos ainda se dá de forma lenta e de certo modo parcimoniosa. Mas a cada dia vemos que os tabus vão caindo e os postos de comando, mesmo em veículos apontados como ‘privativos’ de homens, começam a ser ocupados com naturalidade por mulheres. Temos, é bem verdade, vários tabus para serem quebrados ainda, mas isso é apenas uma questão de tempo. Pode demorar alguns anos, mas chegará o dia em que também veremos mulheres no comando de publicações ‘másculas’ como *Veja*, *IstoÉ* e *Época*, de jornais da estirpe de um *Estadão*, de uma *Folha de S.Paulo*, de um *O Globo*, de um *Zero Hora*, de um *Estado de Minas*, do jornalismo das principais redes de televisão do país como *Globo* (sem esquecer que Alice Maria já chegou lá), *Band*, *Record* e *Cultura*, etc. (RIBEIRO, 2005).

As mulheres foram chegando às redações, sobretudo, nos anos 1980, conforme registra Suely Caldas (2003). Nessa época, os homens começaram a se afastar para criar suas próprias empresas de assessoria de imprensa. Ela estima que, hoje,

a proporção de mulheres no jornalismo de economia seja de 70% para 30% de homens. Também registra o fato de elas começarem a ocupar cargos de chefia:

No início dos anos 90, elas já dominavam a área: a editora econômica de *O Globo* era Joyce Jane, do *Estadão*, Célia Chaim, da *Folha de S. Paulo*, Leonora de Lucena, e do *Jornal do Brasil*, Cristina Calmon. Na *Gazeta Mercantil*, brilhavam muitas estrelas, entre elas Claudia Safatle, Maria Clara do Prado, Beth Cataldo, Célia Gouveia Franco, Angela Bittencourt e Vera Brandimarte. E, na *Globo*, Lílian Witte Fibe, egressa da *Gazeta*, acumulava a editoria de economia com o papel de apresentadora de telejornais (CALDAS, 2003, p. 33).

Com relação aos salários, Caldas conta que elas começaram ganhando menos que os homens, mas que depois passaram a disputar o mercado de trabalho em condições iguais e não enfrentavam mais os preconceitos dos anos 1960 e 1970. “Hoje, o critério de escolha é o da competência, experiência e talento, não de sexo”, ressalta a autora, que começou na carreira em 1966 e se formou em jornalismo pela UFRJ em 1967.

Sobre a questão da remuneração dos jornalistas de economia, os dados disponíveis não abordam esse aspecto. Sobre os salários, Suely Caldas registra que o jornalista de economia já foi o mais bem pago no passado, quando as editorias dessa área ainda estavam se organizando:

Hoje, os salários ainda são ligeiramente mais altos que os de outras editorias, mas não muito. Não é

mais o setor do jornalismo que define os melhores salários. É conhecimento, cultura, competência, talento, bom texto e, sobretudo, capacidade de fazer uma reportagem em qualquer área do jornalismo, sensibilidade de capturar a atenção do leitor e transmitir o que tem a dizer com simplicidade e emoção, qualquer que seja o assunto (CALDAS, 2003, p. 34).

A autora cita alguns valores médios de remuneração de jornalistas de economia. As empresas têm políticas de recursos humanos diferenciadas e os salários variam. Nas grandes publicações — *Valor Econômico*, *Estado de S. Paulo*, *Folha* e revistas especializadas — o salário médio é próximo de 16 salários mínimos, ligeiramente acima do que é pago por outras editorias, com exceção de política. Em Brasília, a média salarial melhora, há mais competição por talentos, e os bons profissionais ganham entre 32 a 40 salários mínimos mensais, aproximadamente (CALDAS, 2003, p. 34).

O *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro é o que paga menores salários, mas virou uma espécie de formador de profissionais para outros jornais. O repórter iniciante nesse veículo ganha, em média, seis salários mínimos, passando para cerca de oito se for transferido para uma empresa de comunicação maior.

2.8 Herança no jornalismo de economia

Além da questão da ocupação das redações pelos gêneros, a análise dos currículos do levantamento feito em

2005 mostra também que há influência das relações de parentesco na ocupação dos cargos na imprensa de economia ou na decisão de seguir a profissão. Muitos jornalistas dessa área têm parentes atuando no jornalismo, tanto consanguíneos (pais e filhos, avós e bisavós, irmãos, tios e sobrinhos) quanto por afinidade (cunhados, tios e sobrinhos irmãos do cônjuge, noras e genros).

Do total, 72 afirmaram ter parentes jornalistas e dois especificaram que têm parentes trabalhando com jornalismo de economia. O casamento com jornalistas também pode ser verificado na pesquisa: 27 são casados com pessoas da mesma profissão e mais seis têm como cônjuge jornalistas que atuam na área de economia.

Essas relações de parentesco ou até mesmo de amizade contribuem para a inserção desses profissionais nas redações. Isabel Travancas (1993), em uma pesquisa sobre o mundo dos jornalistas, registra que a entrada no mercado de trabalho implica a conjunção de dois fatores: competência e relações pessoais — fatores que vão influenciar também na ascensão dentro da carreira. Ambos, segundo ela, são apontados pelos jornalistas como importantes.

A pesquisa de Travancas mostra que quase todos arranjam o primeiro emprego graças, principalmente, a algum amigo ou parente que lhes abriu as portas de um veículo. Também são comuns os casos em que o bom desempenho na faculdade levou à obtenção de um estágio ou emprego, ainda que temporário, por intermédio de algum professor.

Aliás, essa característica — indicação de parentes ou amigos — compõe um traço profissional dos jornalistas há um

longo tempo. Em um estudo sobre a imprensa carioca no período de 1880 a 1920, Barbosa (2000, p. 79) registra esse como um dos principais traços da profissão no final do século XIX e início do XX:

No caso dos jornalistas, a condição de ser hereditariamente ligado a um profissional do setor facilita o ingresso nos jornais, uma vez que a admissão se faz invariavelmente por apresentações pessoais: o jovem acadêmico torna-se repórter levado pelas mãos de um parente próximo ou de um conhecido com prestígio político e/ou alguma relação com um dirigente dessas publicações. A partir dos próprios conhecimentos travados nos jornais pode ser convidado para assumir postos em outras publicações.

Na imprensa de economia do final do século XX e início do XXI, há alguns exemplos desses fatores de influência, inclusive entre as fontes-chaves desta pesquisa, citadas na primeira parte deste capítulo.

Joelmir Beting, por exemplo, era chefe de um clã de jornalistas. Além do filho Mauro, são também jornalistas a nora Helen Martins, a cunhada Cecília Zioni, e os sobrinhos Graziella Beting, Erich Beting, Vico Iasi e Letícia Zioni (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p. 187-198).

Luís Nassif tem dois parentes na profissão: Luiz Fernando Mercadante, que foi casado com uma tia de Nassif, e foi diretor da revista *Realidade* e da *TV Globo*; e a irmã, Maria Inês Nassif, jornalista política de várias publicações (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p. 215-216).

Outro jornalista da área, Sidnei Basile, que é advogado e cientista social formado pela USP, iniciou sua carreira na imprensa em 1968 e ocupa o cargo de vice-presidente do Grupo Abril, também fez herdeiros no jornalismo de economia. Seu filho, Juliano Basile, é repórter da sucursal do *Valor Econômico* em Brasília desde 2000 e também é, por sua vez, casado com uma jornalista, Viviane Basile, da *TV Globo* de Brasília (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p. 203).

A importância das relações pessoais para o ingresso na profissão ou a ascensão na carreira também pode ser exemplificada pelo relato da jornalista Vera Saavedra Durão, registrado no livro *Jornalistas Brasileiros: quem é quem no jornalismo de economia* (RIBEIRO; PASCHOAL, 2005, p. 309):

Comecei a me aventurar no jornalismo depois que saí da cadeia da ditadura, no longínquo ano de 1973. Como tinha iniciado o curso de jornalismo, resolvi concluí-lo e me tornar jornalista. Fui ajudada, na época, pelo fato de que conheci a Suely Caldas, cujo marido, Álvaro Caldas, estava preso junto com o meu, aqui no Rio.

Vera Durão, formada em jornalismo pela UFF, foi indicada pela amiga, que trabalhava na pesquisa do *Jornal do Brasil*, para fazer um *freelancer* para o veículo. “Depois, consegui com o Ramaiana, jornalista que também estava preso com o Álvaro Caldas, um estágio na rádio *JB*, em 1973”, contou ela, acrescentando que, na época, “era mais fácil arranjar emprego”.

Quadro 2 – “Jornalistas-personalidades” de economia

	Joelmir Beting (1936-2012)	Luís Nassif (1950 -)	Miriam Leitão (1953-)
Formação	Sociologia na USP e mestrado em Sociologia Industrial	Jornalismo na ECA/ USP e especialização em Matemática Financeira	Jornalismo na UnB
Início de carreira	Como revisor do <i>Diário da Noite</i> (1956)	Como repórter geral na <i>Veja</i> (anos 1970)	Como repórter do jornal <i>A Tribuna</i> (ES) - 1972
Onde trabalhou (incluindo colunas)	<i>O Esporte Folha de S.Paulo</i> Rádios <i>Jovem Pan</i> , <i>Gazeta</i> , <i>Bandeirantes</i> e <i>CBN</i> <i>TV Gazeta</i> , <i>TV Record</i> <i>TV Bandeirantes</i> <i>TV Globo</i>	<i>Jornal da Tarde Folha de S. Paulo</i> <i>Jornal do Brasil</i> Abril Vídeo na <i>TV Gazeta</i> . <i>TV Gazeta</i> <i>TV Bandeirantes</i> <i>TV Record</i>	<i>Gazeta Mercantil</i> <i>Veja</i> <i>Abril Vídeo</i> <i>Jornal do Brasil</i> <i>Estado de S.Paulo</i> <i>Rede Manchete</i> <i>TV Bandeirantes</i>
Onde trabalha	Desde 2004, atua como comentarista na <i>rádio</i> e na <i>TV Bandeirantes</i> .	Em sua própria empresa, a agência <i>Dinheiro Vivo</i> , e tem <i>blog</i> .	Em 1991, foi para <i>O Globo</i> , onde é colunista de economia. É comentarista na <i>rádio CBN</i> e no <i>Bom Dia Brasil</i> , da <i>TV Globo</i> , e também apresentadora do programa <i>Espaço Aberto</i> , da <i>Globo News</i> .
Prêmios	Várias premiações: Esso de Jornalismo, Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo Econômico, Apimec-SP e o de Jornalismo em TV do site <i>Comunique-se</i>	Esso de Jornalismo (1986); “Brasileiro que mais influenciava os formadores de opinião do país (Pesquisa Mapa das Elites, 1996); “Melhor jornalista de economia do país” (<i>Comunique-se</i> , 2002); “Troféu Dia da Imprensa”, na categoria “Melhor Blog de Jornalismo e/ ou Jornalista” (revista <i>Imprensa</i> , 2007).	Várias premiações jornalísticas: primeira jornalista brasileira a receber o “Maria Moors Cabot Prize”;

Quadro 3 – Perfil do jornalista de economia no Brasil

	Anos 1970	Final do Séc. XX	Início do século XXI
Metodologia para aferição do perfil	Questionário com 82 dos 150 participantes do 1º Encontro de Jornalistas de Economia, em 1979, no Rio de Janeiro.	Entrevistas com 55 profissionais da imprensa do Rio, São Paulo e Brasília sobre o jornalismo de economia na transição democrática.	Análise documental dos currículos de 491 jornalistas de todo o país, a partir de um levantamento entre dezembro de 2004 e maio de 2005.
Ingresso no mercado	Período do “milagre econômico”: 92,6% iniciaram suas atividades entre 1967 e 1976 e 38% entre 1969 e 1972.		24,43% começaram nos anos 1980; 34% nos anos 1990.
Estados que concentram os postos de trabalho	Rio de Janeiro e São Paulo concentravam 79,3% dos jornalistas de economia no país.		São Paulo e Rio de Janeiro continuam sendo os maiores mercados e os maiores centros formadores.
Formação	60,9% eram graduados apenas em Comunicação Social; 27% em outro curso da área de ciências sociais (9,7%, em Ciências Sociais; 8,5%, em Economia; e 8,5%, em Direito).	Aumento dos formados em Jornalismo (53%) em relação aos em Ciências Sociais, História ou Economia (23%) e em Direito (6%); Na geração anterior — que ingressou no pós-guerra ou anos 1950 — apenas 8% tinham feito curso de jornalismo.	340 jornalistas ou 69,24% são formados na área; 44 são formados em jornalismo e têm outra graduação (9 em Jornalismo e em Economia); Três são formados em Economia; 12 em Direito.
Instituições que mais formam	<i>Rio de Janeiro:</i> Faculdades Cândido Mendes e de Filosofia da UFRJ; <i>São Paulo:</i> Faculdade Cásper Líbero e USP;		Continuam sendo a USP, a Cásper Líbero e a UFRJ, seguidas das PUCs desse dois Estados;

Quadro 3.1 – Perfil do jornalista de economia no Brasil

	Anos 1970	Início do século XXI
Complementação da formação	Menos preocupação em se capacitar	Mais preocupação em se capacitar, com exigência do mercado
Pós-Graduação	Apenas dois tinham feito (um mestrado em Comunicação no Rio de Janeiro e outro em Economia Internacional em São Paulo)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 36,6% fizeram uma pós-graduação: <ul style="list-style-type: none"> • 86 fizeram especialização (17,5%); • 30 mestrado (6,16%); • 38 MBA (7,73%); • apenas um fez doutorado. ➤ Áreas mais procuradas: <ul style="list-style-type: none"> • 81 fizeram pós na área de economia; • 50 fizeram pós na área de comunicação; • 21 em outras áreas.
Outros cursos na área de economia	25,6% fizeram aperfeiçoamento profissional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 48 fizeram aperfeiçoamento profissional: <ul style="list-style-type: none"> • 26 na área de economia; • 15 cursos de treinamento em jornalismo dos próprios veículos; • 7 cursos na área de jornalismo.
Formação suficiente para cobrir economia?	Não	Busca de uma maior capacitação para cobrir economia

Quadro 3.2 – Perfil do jornalista de economia no Brasil

	Anos 1960/1970	Final do séc. XX
Posicionamento ideológico	<p>Geração que iniciou a vida profissional nos anos 1960, durante o regime militar, viveu o auge do engajamento político;</p> <p>No Brasil, ser engajado, nos anos 1960/1970, representava participar de ações a serviço de uma sociedade mais justa, mais igual, derrubar os militares do poder e implantar o regime democrático ou socialista;</p> <p>42% foram filiados a partidos ou movimentos de esquerda;</p> <p>60% filiados ao PCB nos anos. 1960/1970</p>	<p>Anos 1980, o engajamento começou a diminuir ou a assumir novas formas;</p> <p>Redemocratização no Brasil e desilusão política com o socialismo, com a desagregação do regime comunista;</p> <p>Ascensão dos técnicos, dos “experts”, dos jornalistas que falam sem paixões;</p> <p>Novo engajamento, em que o cidadão tem pouco interesse em uma participação institucional, em uma adesão a partido;</p> <p>Início do século XXI: jornalismo mais apartidário, despolitizado e pluralista.</p>
Redações	Contratação de jornalistas engajados.	Valorização dos aspectos técnicos da profissão, em detrimento de ideologias e da política.

Quadro 3.3 – Mercado no início do século XXI

Veículos	O profissional se emprega em pelo menos: 8 jornais especializados; 41 jornais de cobertura geral, inclusive a de economia; 18 revistas especializadas; 9 revistas gerais; 7 emissoras de TV; 3 canais de TV a cabo; 10 agências de notícia; 7 emissoras de rádio; 5 sites especializados.
Mercado de trabalho concentrado	<p>108 veículos de comunicação, sendo que 65,75% estão na região sudeste: 57, em São Paulo; 10, no Rio de Janeiro; 3, em Minas Gerais; e 1, no Espírito Santo;</p> <p>O restante está distribuído nas outras regiões do país: 11,11% tanto no Nordeste quanto no Sul; 6,5% no Centro-oeste e 4,63% no Norte.</p>
Relações de trabalho e de parentesco	<p>Maior participação de profissionais jovens na imprensa de economia no começo do século XXI;</p> <p>Cargos de chefia são ocupados pelos profissionais mais experientes;</p> <p>As mulheres têm participado cada vez mais desse mercado, mas continuam em pouca quantidade nos cargos de direção, ocupados em sua maioria por homens e com maior experiência no jornalismo;</p> <p>Alta rotatividade. É comum o jornalista de economia ter passado por vários veículos de comunicação e mudar com certa frequência de emprego;</p> <p>A entrada no mercado de trabalho implica a conjunção de dois fatores: competência e relações pessoais (incluindo parentesco com outros jornalistas) — fatores que vão influenciar também na ascensão dentro da carreira.</p>

O CRUZADO E O FORTALECIMENTO DO JORNALISMO DE SERVIÇO

A ditadura deixou como herança inflação e correção monetária — uma invenção engenhosa do primeiro governo do regime militar, de Castelo Branco, mas que se transformou em um problema mais grave que o próprio aumento sem controle dos preços.

A correção, criada para dar segurança a investidores e a credores, foi instituída para vigorar em prazos longos. Porém, no governo Sarney, já era calculada diariamente. E assim se tornou um motor de realimentação da própria inflação. O Plano Cruzado, baixado pelo Decreto-Lei nº 2.284, de 10 de março de 1986, veio para tentar desligar esse mecanismo.

Mas, antes de assumir provisoriamente a Presidência da República em função da doença de Tancredo Neves, e, depois, definitivamente, em 21 de abril de 1985, após sua morte, José Sarney era há muito um membro da elite política (foi eleito deputado federal pela primeira vez em 1958), era presidente

nacional do PDS e representava um estado nordestino assolado pela pobreza, o Maranhão. Foi colocado na chapa junto com Tancredo como uma concessão aos congressistas do PDS que haviam desertado para votar com o PMDB (SKIDMORE, 2003, p. 269). Sarney assumiu a presidência, apesar de enfrentar resistências, particularmente dos setores mais democráticos e de esquerda do PMDB, que preferiam para o cargo o então presidente da Câmara dos Deputados, Ulysses Guimarães (MAZZEO, 1995, p. 58).

Ao se tornar presidente, estava diante de duas tarefas gigantescas: reconstruir a democracia, depois de um hiato de quase duas décadas, e solucionar uma crise inflacionária. Para fortalecer a si mesmo, sua primeira ação foi pressionar o Congresso a fim de prolongar seu mandato de quatro para cinco anos. Após uma intensa barganha e uma liberal distribuição de concessões de estações de televisão para congressistas, houve a prorrogação do mandato que ele queria (SKIDMORE, 2003, p. 269).

Ao longo do primeiro ano de mandato — e também no lançamento do Plano Cruzado —, Sarney carecia de legitimidade política. A morte de Tancredo havia produzido um vácuo de poder que a figura do político maranhense, historicamente ligado à ditadura militar, eleito vice — e de forma indireta —, não conseguia preencher. Governando inicialmente com um ministério escolhido por Tancredo, ele enfrentou duras críticas de diversos setores da sociedade. Muitos, como o governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola, continuavam defendendo a realização imediata de eleições diretas para a Presidência da República.

Ao tomar posse, o problema econômico que Sarney enfrentava eram as altas taxas de inflação — a do ano de 1985 foi de 235% — e a contínua crise da dívida externa. O governo recorria à crescente dívida pública interna e à criação de dinheiro inflacionário para efetuar os pagamentos da dívida externa, que o forçavam a retroalimentar as chamadas de inflação, a qual estava crescendo (SKIDMORE, 2003, p. 271).

Na fase pré-Plano Cruzado, o índice de inflação mensal era uma verdadeira obsessão nacional, conforme registra o jornalista Carlos Sardenberg:

Não passava um dia sequer sem que os jornais trouxessem comentários sobre os índices já conhecidos e especulações sobre os meses seguintes. Esta é, aliás, a mais clara manifestação da cultura inflacionária. Nada mais importa, nenhum indicador econômico — investimentos, aumentos salariais, emprego, balança comercial — é relevante diante do índice de preços. Por ele se mede o sucesso ou o fracasso do governo: subiu, o governo está perdendo; caiu alguns pontos, está ganhando. A cultura é nacional, penetra e orienta as decisões de governo (SARDENBERG, 1987, p. 195).

E como se combateria esse problema e essa cultura que alimentava os índices inflacionários? Neste segundo capítulo, analisamos partes da cobertura jornalística do Plano Cruzado, o primeiro pacote econômico depois da redemocratização do país e a primeira tentativa, nessa nova fase brasileira, de controlar esse grave problema.

3.1 A preparação do 1º pacote da “Nova República”

Até o início dos anos 1980, o pensamento econômico acadêmico se dividia basicamente em duas escolas. À esquerda, os economistas ligados à Unicamp, entre os quais Luiz Gonzaga Beluzzo, João Manuel Cardoso de Mello, Maria da Conceição Tavares e Carlos Lessa, herdeiros da tradição estruturalista de Celso Furtado. À direita, um grupo de economistas monetaristas, formados na Universidade de Chicago, como Paulo Guedes e Paulo Rabello de Castro, discípulos de Roberto Campos e de Mário Henrique Simonsen, reunidos em torno da FGV, no Rio de Janeiro, na qual Francisco Lopes, conhecido como Chico Lopes, e o jovem economista Paulo Nogueira Baptista Júnior eram vozes dissidentes.

No começo da década de 1980, a Faculdade de Economia da PUC-Rio começou a montar seu círculo de economistas. Contratou Edmar Bacha, Pedro Malan, Chico Lopes, Pêrsio Arida e André Lara Resende, entre outros. Todos esses grupos tinham a característica e não serem ligados à ditadura. Naquele momento, compunham a enorme frente que se montava para ocupar o poder (NASSIF, 2007, p. 110-112).⁵¹

⁵¹ Chico Lopes era filho de Lucas Lopes, figura central do Plano de Metas de Juscelino Kubistcheck, e um professor brilhante na FGV. Pedro Malan notabilizara-se pela atividade sindical, tendo sido funcionário público ligado ao Ipea. Bacha tinha vindo de Minas, passara pelo Ipea e, nos anos 1970, escrevera uma utopia a quatro mãos com Roberto Mangabeira Unger, professor de Harvard. Depois, se notabilizara pelo estudo dos chamados “déficits gêmeos” e por ter cunhado a expressão “Belíndia” para definir Brasil, mistura de Bélgica e Índia. Em determinado momento dos anos 1980, ganhou a consagração, a partir de um elogio de Mário Henrique Simonsen, reputando-se o seu sucessor no

A partir dos anos 1980, o debate teórico acerca da natureza da inflação brasileira fez emergir três orientações no campo dos economistas: a visão monetarista ortodoxa e as que a ela se opunham, a corrente inercialista (tanto na versão de Francisco Lopes quanto na de André Lara Resende e Pêrsio Arida, todos da PUC-Rio) e a visão pós-keynesiana da inflação, cunhada por Maria da Conceição Tavares e Belluzo, professores da UFRJ e da Unicamp, respectivamente (LOUREIRO, 1997, p. 83).

No início do governo Sarney, o primeiro grande embaite entre os grupos que davam sustentação ao novo governo teve como elemento determinante a elaboração das diretrizes econômicas: de um lado, estava o ministro da Fazenda, Francisco Dornelles, indicado por Tancredo (aliás, seu sobrinho); de outro, o ministro do Planejamento, João Sayad, vinculado ao PMDB. Para Dornelles, as medidas imediatas de combate à inflação deveriam estar subordinadas a um novo acordo com o FMI. Elas seriam, conseqüentemente, medidas ortodoxas que certamente desagradariam diversos segmentos da sociedade, sobretudo os vinculados à produção — tanto empresários como trabalhadores, ainda que por razões radicalmente distintas (MAZZEO, 1995, p. 61).

pensamento econômico brasileiro. André Lara Resende era filho de Otto Lara Resende, cronista mineiro, jornalista respeitado nos ambientes intelectuais do Rio de Janeiro e genro de Hélio Jaguaribe, um dos mais importantes pensadores da nacionalidade dos anos 1950 e 1960. Pêrsio Arida, filho de um comerciante paulista de origem libanesa, guerrilheiro precoce, foi preso antes dos 20 anos e desistiu da militância. André Lara e Pêrsio Arida eram considerados os mais brilhantes do grupo (NASSIF, 2007, p. 112).

Sayad, por sua vez, entendia que a situação positiva das reservas externas e do balanço de pagamentos possibilitava o protelamento de um novo acordo com o FMI, para que pudesse ser feito em bases mais favoráveis ao país, pois, apesar de uma inflação desenfreada, a economia brasileira estava em crescimento. O PIB de 1985 alcançou a cifra de 8,3% e pôs o país no rol dos de economia mais dinâmica do mundo. A grande questão era o fato de que o desenvolvimento econômico do Brasil estava agora centrado na produção de bens de consumo, o que, em longo prazo, não lhe daria condições de arranque para um desenvolvimento mais estruturado de sua economia, nem perspectivas para atacar a fome e o subdesenvolvimento endêmico das regiões mais pobres, particularmente as do Norte e do Nordeste (MAZZEO, 1995, p. 61).

Após um período de quatro meses de disputa, venceu a proposta capitaneada por Sayad e pelo PMDB: a de combater a inflação sem diminuir o ritmo de crescimento, o que provou a renúncia do desgastado ministro Dornelles. O Ministério foi uma fonte particular de problemas para Sarney. Na área econômica, por exemplo, havia a “mistura incompatível entre os desenvolvimentistas do PMDB e os conservadores que vinham da Velha República, todos formando a Aliança Democrática” (SARDENBERG, 1987, p. 75). As divergências chegaram ao ápice em agosto de 1985, com o pedido de demissão de Dornelles. Para seu lugar, Sarney escolheu Dílson Funaro, empresário paulista que ocupava a presidência do BNDES e era vinculado ao PMDB. A posse dele no Ministério da Fazenda foi o começo efetivo da política econômica da “Nova República”.

Tratava-se do primeiro ministro nomeado por Sarney e o presidente fez questão de deixar clara essa circunstância (MAZZEO, 1995, p. 120-130).

Funaro e Sayad iniciaram a reestruturação da economia brasileira a partir de uma política de controle de preços, em uma tentativa de combater a inflação (MAZZEO, 1995, p. 61-62). Ao assumir, Funaro levou consigo economistas ligados à Unicamp, liderados por Luiz Gonzaga de Mello Belluzo e João Manuel Cardoso de Mello. Além desses nomes, indicou para a presidência do Banco Central (BC) Fernão Bracher, especialista em câmbio. Bracher, por sua vez, levou Pérsio Arida e André Lara como diretores do BC e Chico Lopes como assessor.

Ao longo dos meses, aumentaram as reclamações de membros do PMDB, apesar de esse ser o partido de Sarney, com relação à “inércia” do governo, na economia e em outros setores, e a base de sustentação de seu governo no Congresso. Em fevereiro de 1986, o presidente realizou uma reforma ministerial e afastou alguns dos ministros que haviam sido escolhidos por Tancredo.

O Plano Cruzado demorou a começar, de fato, a ser planejado, mas suas origens remontam a novembro de 1984, quando Chico Lopes apresentou suas ideias a respeito de um caminho heterodoxo para conter a inflação⁵². Essas ideias influenciariam o Plano Austral, que seria adotado na Argentina, mas não entusiasmaram Tancredo Neves. No processo de

⁵² O caminho ortodoxo consistia em corte dos gastos públicos e recessão, além da manutenção da indexação da economia.

escolha do presidente do BC, o presidente descartava os nomes que aparecessem na imprensa defendendo ideias heterodoxas.

Mas a ideia de um choque heterodoxo acabou sendo aprovada por Sarney em abril de 1985. E, em agosto, com a saída de Dornelles — inimigo das ideias heterodoxas⁵³ — do Ministério da Fazenda e sua substituição por Funaro (que, já na posse, afirmou a disposição de fazer o choque), Sarney ordenou ao ministro Sayad que se iniciasse o planejamento de um plano econômico a ser adotado pelo governo. Formou-se, então, um grupo de economistas para discutir as medidas a serem adotadas, baseadas em ideias heterodoxas que alguns deles vinham estudando e defendendo há anos.

Participaram constantemente das atividades André Lara Resende (diretor de Dívida Pública do BC), Pérsio Arida (secretário de Coordenação Econômica e Social da Secretaria de Planejamento – Seplan), Luiz Carlos Mendonça de Barros (engenheiro e empresário; diretor de Mercado de Capitais do BC), João Manuel Cardoso de Mello (assessor especial do Ministério da Fazenda), Luiz Gonzaga de Mello Belluzzo (secretário especial para assuntos econômicos do Ministério da Fazenda) e Andrea Calabi (professor de economia da USP e secretário-geral da Seplan). Tiveram participação menos constante, mas não menos relevante, na discussão, planejamento e elaboração do plano econômico: Chico Lopes, Eduardo Modiano (economista,

⁵³ A Comissão para o Plano de Ação do Governo (Copag), criada por Tancredo Neves para elaborar seu plano de governo e chefiada por José Serra, já havia sugerido a desindexação da economia — sugestão engavetada pelo ministro Dornelles.

professor da PUC-Rio e sócio de Chico Lopes), Fernão Bracher (advogado, presidente do BC) e Edmar Bacha (presidente do IBGE).

A preparação do plano incluiu viagens de membros do grupo a Israel e à Argentina, países que haviam adotado choques heterodoxos em 1984-1985. Os erros observados na elaboração e no andamento dos planos nesses países foram fundamentais nas discussões sobre o Plano Cruzado. Essas viagens e a movimentação dos membros do grupo entre Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo eram feitas cuidadosamente, de maneira a não levantar suspeitas de que um plano econômico estava sendo gestado. Sarney acompanhava de perto os preparativos por meio de conversas com Sayad e Funaro, embora tudo fosse mantido em sigilo absoluto — condição imposta a (e adotada por) todos que participavam do planejamento. Além do segredo, uma série de medidas de despiste foi tomada pelo governo e pela equipe que planejava as medidas econômicas (SETTI, 1986; SARDENBERG, 1987).

Durante a preparação do plano, Sarney não tinha como prever a reação pública às medidas. Mas o assunto estava na pauta das preocupações. Assim, certas medidas de proteção ao trabalhador foram inseridas no pacote⁵⁴ e elaborou-se uma cartilha a ser distribuída no mesmo dia do lançamento das medidas. Sarney, por sua vez, foi extremamente cuidadoso na

⁵⁴Numerosos pontos do plano foram objeto de discussão e divergência — econômica, mas também política, social e até mesmo filosófica — entre os planejadores, ministros e o próprio Sarney, que, em diversos casos, tomou para si a decisão final.

redação do discurso que anunciaria o plano, no dia 28 de fevereiro de 1986, e enfatizou a convocação pessoal do presidente aos cidadãos, uma fórmula que havia dado certo em Israel e na Argentina.

A parte em que apelava diretamente ao cidadão foi de autoria do próprio presidente, que inclusive lançou mão de um improviso e uma pausa para marcar aquela que considerava uma parte fundamental do discurso. A preocupação de “preparar o terreno” fez com que, na mesma quarta-feira, 26 de fevereiro, em que revelou o plano a Ulysses Guimarães, Sarney também o fizesse aos donos dos principais jornais, revistas e emissoras do país — com a condição de que não divulgassem a notícia (SETTI, 1986; SARDENBERG, 1987, p. 280).

Como se pode perceber, a preocupação em agradar a opinião pública influenciou tanto o conteúdo das medidas econômicas quanto a forma de sua apresentação — o que incluiu iniciativas para que a recepção, em certos setores, fosse, senão simpática, no mínimo, não antipática (SERRANO, 1999, apud FORTES, 2004, p. 29). Há que se considerar, ainda, que tudo isso se deu dentro de um governo “democrático”, sujeito a avaliação nas urnas (e, com o correr dos meses, ficaria cada vez mais evidente para o governo a importância eleitoral do Plano Cruzado).

Inaugurou-se, a partir de 1985, um período em que a conquista de corações e mentes da opinião pública se tornaria essencial para o bom andamento de governos — e, é claro, para a manutenção do poder⁵⁵. Há que se considerar ainda que

⁵⁵ Embora houvesse eleições durante a vigência do regime militar, a Presidência da República estava assegurada. Além disso, o governo intervinha com frequência

o Plano Cruzado foi anunciado por meio de um pronunciamento de Sarney em cadeia nacional de rádio e TV. Desde a véspera do anúncio, corriam notícias acerca de mudanças na economia; o feriado bancário decretado para a sexta-feira, 28, contribuiu para acentuar o clima de ansiedade e expectativa.

Entre fins de 1985 e fevereiro de 1986, já haviam sido tomadas algumas medidas de ajuste para conter um pouco a inflação e, paulatinamente, preparar a economia para o choque. Em novembro de 1985, um pacote tributário baixado pelo governo foi aprovado no Congresso, aumentando a participação dos impostos no PIB e diminuindo — zerando, segundo alguns cálculos — o déficit público. Nos meses seguintes, o governo aumentou as reservas em dólar, permitiu um aumento mais generoso dos salários dos funcionários das estatais e adotou um novo índice para medir os preços, substituindo o Índice Geral de Preços, da FGV, pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor, do IBGE (SETTI, 1986; SARDENBERG, 1987).

Foi nesse contexto de partidos fracos, com a consequente sobrevalorização do Poder Executivo e, particularmente, do presidente, que se fez o discurso de lançamento do Plano Cruzado com o objetivo principal de provocar a adesão da população.

Céli Regina Jardim Pinto (1989, p. 83) registra que esse foi o primeiro exemplo, desde 1964, de mobilização popular a favor (e a partir) do Estado, e não contra ele, como haviam

nas esferas federal, estadual e municipal da política (ou seja, nos poderes Executivo e Legislativo — e não menos no Judiciário), sempre de forma a assegurar seus interesses. A realização de eleições sofria uma série de restrições, incluindo desrespeito ao seu resultado.

sido as passeatas de 1968 e a campanha pelas “Diretas-Já”. O Plano Cruzado introduziu o cidadão no discurso político brasileiro. Mas é interessante notar as características desse cidadão: ele atua apenas como fiscal, individual, com um espaço que não é conquistado, mas investido pelo presidente, que baliza sua atuação.

A ideia central do plano consistia em eliminar o elemento inercial da inflação. Esse componente, de acordo com a análise da inflação, fazia com que os preços subissem porque tinham subido antes. Subiam em relação ao valor da moeda, mas tinham pouca variação entre si. E o combate a esse processo se daria através de uma troca de moedas, e de um processo conduzido de conversão dos preços da moeda antiga para a nova moeda, especialmente dos contratos. Em relação à conversão, o plano trabalhava com o conceito de fluxo e de estoque. Fluxos (no caso de contratos continuados) eram convertidos pela média; estoques, pelo pico. Havia ainda um vetor para impedir que resíduos da inflação da antiga moeda contaminassem a nova (NASSIF, 2007, p. 113).

Seguia-se um congelamento de preços e de câmbio por determinado tempo, necessário para que a população se acostumasse com a nova moeda. Decidiu-se, finalmente, que a conversão dos salários também seria feita pela média, mas com um acréscimo de 8%, para tornar o plano mais palatável.

Nos primeiros meses, o plano parecia ser um brilhante sucesso: a inflação caíra para menos de 2% ao mês; houve uma explosão de consumo, seguida por falta de mão de obra, o que provocou aumentos salariais subsequentes. Em meados de 1986, a economia estava claramente superaquecida, mas as

medidas corretivas recomendadas pela equipe de tecnocratas eram politicamente impalatáveis, tanto para o ministro da Fazenda, Funaro, quanto para o presidente Sarney (SKIDMORE, 2003, p. 272).

3.2 A cobertura jornalística do Plano Cruzado

As edições da *Folha de S. Paulo* e de *O Globo* do mês de lançamento do Plano Cruzado (dia 28 de fevereiro e mês de março de 1986) registram uma cobertura jornalística que pode ser classificada como ufanista. O governo desenvolveu o discurso de conclamar a nação, em prol de um esforço conjunto para que o novo pacote alcançasse êxito, e os jornais deram amplo espaço, em suas páginas, para as discussões e as repercussões sobre as medidas implementadas.

A primeira característica do discurso de interesse nacional do governo e emplacado na cobertura foi a de ser unificado. Não se tratava da confluência e negociação dos diversos interesses existentes na sociedade, mas da escolha de um ponto obrigatório para adesão de todos. A unicidade foi feita por oposição, por meio da identificação de um inimigo comum: a inflação. Isso ocorreu nos jornais pesquisados e também na cobertura das revistas semanais *Veja* e *Isto É*, conforme registrou Rafael Fortes (2004, p. 96), ao desenvolver um estudo sobre esses veículos de comunicação.

As primeiras páginas dos dois jornais, na sexta-feira em que o Plano Cruzado foi anunciado oficialmente pelo governo, mostram de que modo a questão do combate à inflação

foi ressaltada pelos veículos: como um poderoso fator, que prejudicava cada setor da sociedade brasileira. Combater esse grande problema era justamente o ponto central das medidas econômicas.

O lançamento do plano ocupou quase toda a capa da edição da *Folha* daquela data. A manchete “Economia leva um choque” privilegiou a apresentação didática das medidas mais importantes do pacote por meio de cinco subtítulos, numerados e em destaque. Na chamada principal, o primeiro parágrafo da notícia (o *lead*) anuncia que “o governo decidiu adotar um tratamento de choque [...] para acabar com a inflação”, cujo índice de fevereiro, anunciado no dia anterior pelo IBGE, tinha chegado a 14,36% e, nos 12 meses anteriores, alcançado 255,1% e atingido um novo recorde no país.

A capa de *O Globo* foi dedicada quase que totalmente ao Plano (apenas duas pequenas chamadas abordaram outros assuntos). A manchete anunciava: “Medidas drásticas contra a inflação”. O recurso utilizado também foi anunciar as principais medidas como títulos secundários embaixo da manchete. A palavra inflação foi usada novamente no segundo subtítulo: *Salários: abono já e reajuste se inflação passar de 20%*. A ênfase na luta contra “o inimigo” apareceu nas primeiras linhas do *lead*: “O presidente José Sarney anuncia hoje um conjunto de medidas destinadas a deter o processo inflacionário através de mudanças radicais na economia do País, afetando salários, preços e praticamente todo o mercado financeiro”.

Os dois jornais anunciaram, naquele dia, as principais medidas do pacote e que o presidente faria um pronunciamento

público à nação, por meio da TV e do rádio, para explicar ao povo brasileiro as mudanças. Entre as principais medidas adotadas pelo choque heterodoxo implementado por Sarney, por meio do Decreto-lei nº 2.283, de 27 de fevereiro de 1986, destacam-se: o congelamento de preços nos níveis praticados no dia da publicação do decreto, inclusive o preço dos serviços; e a alteração da unidade do sistema monetário, que passou a se denominar cruzado, com valor correspondente a mil unidades de cruzeiro (SANDRONI, 2005, p. 652).

Aliás, podemos ilustrar o valor dessa moeda, após a mudança, citando alguns preços de produtos, na época, como o de bebidas populares, por exemplo. Um cafezinho, que custava 2,5 mil cruzeiros passou a custar 2,50 cruzados; e uma cerveja passou de Cr\$ 6,8 mil para Cz\$ 6,80. Um bem mais caro, como um carro (Volkswagen a álcool), passou de 42.257.000 cruzeiros para 42.257,00 cruzados⁵⁶.

Outras medidas de destaque implementadas foram a substituição das Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional (ORTN), instituídas em 1964, pela Obrigação do Tesouro Nacional (OTN), cujo valor foi fixado em Cz\$106,40, congelado por um ano; o congelamento dos salários pela média de seu valor dos últimos seis meses e o do salário mínimo em Cz\$ 804,00 (SANDRONI, 2005, p.652).

Como a economia foi desindexada, instituiu-se uma tabela de conversão para transformar as dívidas contraídas em

⁵⁶ Preços publicados na tabela “Cruzeiro x Cruzado” em *O Globo* do dia 28 de fevereiro de 1986 (Economia, p. 17).

uma economia com inflação muito alta para uma economia em que a inflação fosse praticamente nula. Foi criada uma espécie de seguro-desemprego para aqueles que fossem dispensados sem justa causa ou em virtude do fechamento de empresas. Outra medida determinou que os reajustes salariais se dessem por um dispositivo chamado “gatilho salarial” ou “seguro-inflação”, que estabelecia o reajuste automático de salários sempre que a inflação alcançasse 20% (SANDRONI, 2005, p. 652).

É interessante ressaltar que, depois de um longo período de regime militar, a imprensa estava diante de uma nova postura de um chefe de estado. Sarney adotou um posicionamento aberto, o de conclamar a nação à implementação do plano, que teve, inclusive, uma dimensão simbólica, pois ele anunciou por meio da TV as mudanças na economia. Ele adotou a atitude supostamente de transparência para convencer a população sobre a possibilidade de sucesso do plano⁵⁷.

A inflação foi apontada pelo presidente Sarney e seus defensores — ministros, economistas e assessores do governo — como o principal inimigo do “Plano para um programa de estabilidade econômica” e, conseqüentemente, do país. Essa

⁵⁷ A comunicação foi uma preocupação do governo Sarney, quando o *marketing* governamental recebeu grande impulso. Uma comissão especial, com *status* de consultoria, foi criada, com a participação de 25 profissionais, dentre os mais celebrados da comunicação e da propaganda nacional, sob a coordenação do secretário de Comunicação do governo, Fernando Mesquita. Sua missão era ajudar o governo a estabelecer a política e as diretrizes de comunicação com a sociedade. Diversos ministérios receberam planos estratégicos de comunicação (TORQUATO, 2004, p. 18-19).

abordagem foi amplamente aceita pelos veículos de comunicação analisados nesta pesquisa.

O “mote” principal do discurso de lançamento do pacote, feito pelo presidente e publicado nos jornais, no dia 1º de março de 1986, e também dos demais pronunciamentos, realizados ao longo do primeiro mês de vigência do plano, foi que o fator inflação deveria ser derrotado e perseguido pela nação.

No início do discurso inaugural do Plano Cruzado, Sarney afirmou que o pronunciamento se tratava “de uma reunião do governo com todo o povo brasileiro” e que se iniciava, naquele momento, “uma guerra de vida ou morte contra a inflação”. Ele ressaltou que aquela era uma convocação para que juntos — governo e povo — tomassem uma decisão grave e difícil, que marcaria a sorte da sociedade nos próximos anos. “Afirmar em discurso à nação: combater a inflação é ponto de honra do governo. Faremos todos os sacrifícios. E acentuei: tomaremos todas as decisões para que ela não fuja aos nossos controles”, frisou.

Ao explicar as principais medidas, o presidente conclamou o povo na luta contra a inflação:

Mas não bastará a nossa firmeza se faltar a coragem do povo [...]. Todos estaremos mobilizados nesta luta. Cada brasileiro ou brasileira será e deverá ser um fiscal dos preços. E aí posso me dirigir a você, brasileiro ou brasileira, para investi-lo num fiscal do Presidente, para a execução fiel desse programa em todos os cantos deste Brasil. Ninguém poderá, a partir de hoje, praticar a indústria da remarcação.

A solicitação do apoio da nação à causa — a luta contra a inflação — foi uma constante do governo nas declarações e pronunciamentos sobre o Plano Cruzado, reproduzida fartamente na cobertura jornalística dos veículos pesquisados. Ela se estabeleceu como uma narrativa da nação.

Octávio Ianni (1992, p. 27) assinala que a preocupação com a questão da nação se revela particularmente acentuada nas conjunturas assinaladas e simbolizadas nos momentos de ruptura, como o da Declaração da Independência (1822), da Abolição da Escravatura (1888), da Proclamação da República (1889), da Revolução de 1930. E o Plano Cruzado, o primeiro pacote econômico anunciado na “Nova República”, constituiu também um desses momentos de ruptura na história do país.

Voltando ao Plano Cruzado e ao seu tratamento oficial pelo governo, além de único e elaborado antagonicamente à inflação, outra característica fundamental na construção do interesse nacional foi a retórica de guerra que a imprensa assumiu por meio das declarações das fontes oficiais sobre o pacote econômico.

Conforme registra Fortes (2004, p. 96-97), assim como aconteceu com diversos outros aspectos da cobertura do Plano Cruzado, a retórica de vida e morte na luta contra a inflação não foi uma criação da imprensa, mas foi instaurada pelo discurso inaugural do presidente, na sua narrativa para e da nação.

A retórica de guerra foi recorrente na cobertura, por meio do uso de palavras como inimigo, combate, luta, cruzadas, morte. Outro elemento fundamental nesse imaginário utilizado pelos veículos foi a figura do líder, aquele que ocupa

o lugar da fala legitimada da autoridade. O presidente Sarney apareceu como o líder carismático que convocava os cidadãos, como se fossem soldados, para a guerra contra a inflação. Ele se dirigiu à nação, ao povo, munido de um discurso de poder, como que mesclando a autoridade legal/racional com a autoridade carismática, consideradas tipos puros de legitimação por Max Weber.

São três as autoridades apontadas por Weber: a tradicional, baseada em uma crença estabelecida em tradições imemoriais ou costumes consagrados pela tradição; a legal/racional, que se baseia na crença na legalidade das normas e no direito de dar ordens, reservado aos que ocupam cargos em virtude dessas normas; e carismática, “a autoridade do *dom da graça* (carisma)”, que se assenta na devoção incomum e extraordinária de um grupo de seguidores à sacralidade, à força heróica ou à exemplaridade de um indivíduo e da ordem revelada ou criada por ele (WEBER, 1982, p. 99).

Na cobertura jornalística do Plano Cruzado, o presidente Sarney e os ministros representavam o lugar da fala legitimada para explicar as novas medidas econômicas do pacote e, também, com autoridade legal/racional e carismática, tentar arregimentar o povo em prol dessa luta coletiva e, portanto, para o bem de todos.

No discurso carismático utilizado no lançamento do Plano Cruzado, esteve presente também um sentido religioso, o qual apareceu na cobertura jornalística, nos momentos em que foram feitas referências às Cruzadas, em função do nome

da nova moeda que “nascia” naquele momento — o cruzado —, causando a “morte” do cruzeiro⁵⁸.

O cruzado é a denominação de moeda originária da Europa, intimamente vinculada às Cruzadas, expedições de caráter militar e religioso cujo objetivo principal era reconquistar a Terra Santa em poder dos muçulmanos. A moeda que passou a ter essa designação surgiu inicialmente na Espanha, cunhada em prata, e seu uso em Portugal foi determinado por Dom Afonso V, em 1457, ao receber do Papa Pio II a Bula da Cruzada, que o autorizava a participar da guerra santa contra os mouros.

No Brasil, ao iniciar-se a colonização, em 1532, o cruzado passou a integrar o meio circulante brasileiro, embora em pequena escala. No século XVIII, com o advento do ciclo do ouro, foi também cunhado no Brasil, na Casa da Moeda do Rio de Janeiro, entre 1707 e 1727, e na Casa da Moeda de Minas Gerais, entre 1724 e 1727 (SANDRONI, 2005, p. 206).

Na cobertura jornalística, a referência às Cruzadas apareceu, por exemplo, em *O Globo*, que utilizou charges, em várias edições do primeiro mês do Plano Cruzado, nas quais Sarney ou os ministros estavam vestidos de cavaleiros e combatiam o dragão que representava a inflação. Foram feitas matérias sobre o significado da nova moeda, para informar ao

⁵⁸ Unidade monetária brasileira, implantada em novembro de 1942, em substituição ao mil-réis. Em 1967, passou a valer mil cruzeiros antigos e a ser chamada durante algum tempo de cruzeiro novo. A partir de 28 de fevereiro de 1986, foi substituída pelo cruzado. Depois foi reintroduzida, como padrão monetário, por meio do Plano Collor (SANDRONI, 2005, p. 207).

leitor suas origens, como as que foram publicadas em *O Globo* com os títulos *37 tipos de dinheiro até chegar ao cruzado* e *Governo ressuscita moeda do tempo do império*, ambas na edição de sexta-feira, 28 de fevereiro de 1986.

Nessa mesma data, o filólogo Antônio Houaiss apareceu como fonte em *O Globo* para explicar que a palavra cruzado representa vários símbolos: “da fé católica predominante no país; da constelação do Cruzeiro do Sul; e como lembrança medieval, quando o cavaleiro andante partia a serviço de uma esperança para conquistar um lugar no futuro e garantir o campo santo”.

Tanto a *Folha* quanto *O Globo* utilizaram recurso gráfico para marcar as páginas com a cobertura sobre o Plano Cruzado e, assim, remeter o leitor diretamente para o assunto. A *Folha* optou pelo uso do selo⁵⁹ *Economia de choque*, seguindo, de certa forma, as palavras usadas na composição da manchete da primeira edição sobre o pacote.

Já *O Globo* optou por um selo na forma de desenho de um pacote com características humanas: com braços fortes e com o símbolo do S do herói Superman no centro do “peito”, ele tinha também uma capa voadora do super-herói. Embaixo do desenho, havia a frase *O Superpacote*.

A análise da cobertura englobou a verificação dos interesses particulares dos diversos setores da sociedade quanto

⁵⁹ Palavra ou expressão curta, em corpo pequeno, diagramada no alto da página, utilizada para “amarrar” o noticiário: todos os textos publicados sob o selo referem-se necessariamente ao mesmo assunto (*Manual geral da redação da Folha de S. Paulo*, 1984, p. 77-78).

ao interesse maior, que era o sucesso do pacote. Em uma dimensão que chamamos de técnica, predominou o discurso da competência da equipe que elaborou o plano. O lado técnico das medidas, as fórmulas e regras de cálculos, bem como sua criação e sua formulação, foram constantemente afirmados pelos jornais.

Nas reportagens sobre o choque, foi frequente a legitimação do pacote a partir da qualidade técnica das medidas. Os argumentos eram muitos. O primeiro era o congelamento de preços, estabelecido em 28 de fevereiro de 1986, com vigência de um ano, que foi tratado como a vedete do plano e se tornou a principal fonte de adesão popular às medidas. O segundo era a tabela de conversão, que passou a ser utilizada pelos consumidores como arma no combate aos aumentos de preços.

Um terceiro argumento afirmava a vantagem de o Plano Cruzado ser calcado na experiência anterior, mas recente e atual, de outros dois países, Argentina e Israel. Observação, estudo, análise e aprendizado dos erros e acertos das duas experiências conferiam aos economistas conhecimento e segurança na elaboração do pacote, pois eles tinham tido a seu dispor dois laboratórios anteriores.

Os economistas que formularam o Plano Cruzado foram caracterizados como o grupo de idealizadores do programa. As matérias, embora dessem espaço a uma ou outra divergência pontual entre eles, descreveram o grupo como fundamentalmente coeso. A coesão se dava em vários aspectos: eram economistas formados em universidades de renome; trabalharam secretamente na elaboração do pacote; eram

professores e acadêmicos competentes, reconhecidos por seus pares; publicavam livros, trabalhavam com complexas fórmulas e teorias econômicas; e estavam habituados ao debate. Foram apresentados como intelectuais, técnicos altamente qualificados, que colocavam seu conhecimento a serviço do governo e do país no combate à inflação.

O Plano Cruzado, assim, dava continuidade ao processo de ascensão da economia e dos economistas a uma posição de grande importância dentro da vida nacional. Os “personagens” que planejaram o choque heterodoxo, apresentados pelos jornais, foram: Chico Lopes, André Lara Resende, Andréa Calabi, Edmar Bacha, Luiz Gonzaga Beluzzo, Pêrsio Arida, Eduardo Modiano e João Manoel Cardoso de Mello.

Com efeito, eram esses economistas — e também Maria da Conceição Tavares — as principais fontes citadas nas reportagens que tratavam das discussões técnicas sobre o pacote. Maria da Conceição Tavares não integrava a equipe que formulou o Plano Cruzado, mas era conhecida por sua oposição ao governo nos 20 anos anteriores, tinha reputação entre os economistas progressistas e era militante ao lado das causas populares.

Como registra Sardenberg (1987, p. 299), os economistas — tanto os “pais” do pacote quanto a Maria da Conceição — “eram os sábios que a sociedade queria”. Eram os tecnocratas que iam falar para o povo e para a imprensa sobre o Plano Cruzado, o suposto milagre que ia acabar com a inflação.

Por que a imprensa valorizou, nessa cobertura, e valoriza tanto o discurso dos especialistas? O jornalismo se constitui

como um campo que tem a pretensão de construir discursos sobre um mundo a ser traduzido constantemente para as pessoas comuns. Atua, portanto, entre o que Robert Park (1976, p. 168-185) chamou de “conhecimento de” e “conhecimento acerca de”. O “conhecimento de” seria o adquirido mais através do uso e do hábito do que de qualquer espécie de investigação formal ou sistemática — o chamado senso comum — e o “acerca de” seria o conhecimento metodicamente buscado com todo o aparelhamento formal e lógico criado pela pesquisa científica, embora não exista nenhum método totalmente independente da intuição e da percepção.

A notícia teria uma localização própria dentro desses dois mundos do conhecimento, porque tenta interpretar os acontecimentos presentes para ser acessível ao maior número possível de leitores. E ganha um caráter de documento público no momento em que é publicada. “A notícia é mais ou menos autenticada por haver sido exposta ao exame crítico do público a que se dirige e com cujos interesses se relaciona”, destaca Park.

E, assim, ao atuar no limite entre essas duas faces do saber, o jornalismo busca referenciar suas narrativas sobre os fatos ancorando-se no conhecimento dos especialistas, em fontes de informação que tenham reconhecido o seu acúmulo de conhecimento, adquirido principalmente por meio da educação formal, fontes legitimadas, então, pela sociedade.

E as fontes oficiais graduadas ou mais qualificadas são consideradas mais seguras que outras pelos jornalistas, porque tendem a gerar, no leitor, uma sensação de credibilidade. Herbert Gans (1979, p. 116-146), ao discutir a relação entre as

fontes e os jornalistas, diz que esses profissionais tendem a selecionar suas fontes de informação a partir de uma relação caracterizada principalmente por: conveniência passada (se elas forneceram anteriormente informações que resultaram em reportagens adequadas); produtividade (capacidade de fornecer bastante informação sem desperdício de tempo e de trabalho); confiabilidade; veracidade; autoridade (fontes que ocupam posições oficiais de autoridade e de responsabilidade); e articulação (capacidade de expressar sua ideia de modo conciso).

Na cobertura do Plano Cruzado, as fontes mais adequadas para falar sobre o principal fato noticioso do momento eram os tecnocratas que participaram da elaboração das medidas e outros economistas, como Maria da Conceição Tavares, que teoricamente tinham o saber daquele campo específico — a economia — para analisar as novas medidas.

Uma vez lançado o pacote, por parte da equipe, todos se uniram no esforço de explicar as medidas e defendê-las frente ao público e aos críticos (políticos de oposição, à esquerda e à direita; sindicalistas; empresários). Nessa tarefa, os economistas apareciam dando as explicações técnicas, ao passo que Sarney e os ministros apresentavam as justificativas políticas e conjunturais. Aliás, a defesa política foi tão enfática quanto a técnica.

Do ponto de vista político, destacaram-se os ministros (principalmente os da área econômica) e o presidente Sarney, tratados pelos jornais como os executores e patrocinadores do plano. Os ministros aliavam os aspectos técnico e político do pacote. João Sayad (Planejamento), Almir Pazzianotto (Trabalho) e, principalmente, Dílson Funaro (Fazenda) faziam a

defesa por meio da articulação dos dois lados. O elogio à técnica do plano, encampado pela mídia, incluiu também a competência dos ministros, principalmente o da Fazenda, como condutores do processo. O Cruzado era apresentado como uma competente e precisa elaboração técnica que incluía alguns itens acrescentados por decisão política.

No que diz respeito ao posicionamento contrário por parte de técnicos, essa categoria se caracterizou muito mais pela pouca presença na cobertura. A construção de legitimação dos economistas como intelectuais, por meio dos jornais, sem dúvida fez parte da busca de hegemonia em torno do plano e do próprio governo Sarney. Na amostragem pesquisada, foi encontrado apenas um texto noticioso em que técnicos se posicionaram com relação a aspectos negativos que o pacote poderia trazer.

Na categoria políticos-contrá, houve repercussões sobre o que diversas fontes achavam das medidas do plano, mas predominou a expectativa positiva com relação ao seu sucesso. Políticos dos partidos PMDB e PFL apareceram na cobertura apoiando o pacote. A direção do PT se manifestou desde o início, preocupada com os impactos das medidas para os trabalhadores.

Não foi o PT, partido de esquerda, o retratado como o vilão político do plano. O PDS se manifestou, logo no início da cobertura, como oposição declarada ao programa de estabilização do governo. O PDT também se manifestou criticando as medidas e teve como fonte de destaque o governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola, que apareceu como opositor ao

plano, característica que se estendeu ao longo da cobertura.⁶⁰ Brizola foi constantemente identificado como alguém que defendia interesses particulares, que seriam manter-se no noticiário e colher dividendos eleitorais para seu partido, por meio das críticas ao Plano Cruzado, pois seria dotado de “uma ambição política desvairada”, como afirmou editorial de *O Globo* do dia 7 de março de 1986.

A posição hostil ao posicionamento de Brizola a respeito do Plano Cruzado também teve reflexos nos espaços destinados à informação dita objetiva, ou seja, nos textos informativos. *O Globo* dedicou uma página inteira contra o governador do Rio de Janeiro em sua edição do dia 8 de março de 1986. A retranca principal foi “Sarney reage com ironia às críticas de Brizola”, seguida de sub-retrancas com fontes se pronunciando contra as declarações de Brizola, chamado em um dos títulos de “acusador” e em outro de “político superado”.

Com a adoção do jornalismo informativo, os jornais teoricamente se tornaram mais referenciais, não assumindo explicitamente posições políticas ou ideológicas. As ideias do jornalismo informativo foram incorporadas pela imprensa brasileira na década de 1950, o momento crucial de sua afirmação junto ao imaginário jornalístico. A objetividade, a neutralidade e a imparcialidade (ideias associadas a um modelo de jornalismo moderno, empresarial) já vinham ganhando força há muito tempo, conforme registra Ana Paula Goulart Ribeiro (2007).

⁶⁰ “Ivan apóia; Brizola critica plano”, *Folha*, 2 de março de 1986 (Economia, p. 36); “Brizola anuncia que dará ‘apoio crítico’ às medidas tomadas”, *Folha*, 4 de março (Economia, p. 8).

Ela destaca que foi, sobretudo, nos anos 1950, que a imprensa brasileira, influenciada pelo modelo norte-americano, começou a estabelecer novos padrões de produção discursiva, se autonomizando em relação às esferas literárias e políticas, que até então a dominavam. No cerne desse processo, estava a incorporação do ideal da objetividade, que se formalizou numa série de procedimentos técnicos de redação — *lead*, pirâmide invertida, *copydesk*, *style book* etc.

Apesar de os jornais analisados se posicionarem publicamente como objetivos — ou seja, separando opinião de informação e dando voz aos vários lados do fato —, desenvolveram uma cobertura bastante “parcial” no caso do Plano Cruzado. O noticiário sobre o pacote demonstrou um comportamento marcado por características de ufanismo e elogios no tratamento noticioso. Os periódicos deram menos espaço em suas páginas para os opositores das medidas ou, quando deram, foi para criticá-los. A posição pública era de pretensa objetividade jornalística, mas os jornais desenvolveram um noticiário de torcida pelo êxito do pacote.

No caso dos trabalhadores e consumidores, houve uma discussão que opunha busca de aumentos e reposição de perdas salariais (interesse particular) a um sentido social do Plano Cruzado (interesse nacional). A reação dos sindicalistas foi tratada como oposta ao pacote em seus diversos aspectos.

O medo de que as novas medidas acarretassem perdas aos trabalhadores predominou na cobertura jornalística do mês de lançamento do pacote, com entidades representativas das classes trabalhistas ora apoiando ora posicionando-se contra.

Em uma matéria da *Folha*, de 7 de março de 1986, os presidentes de oito confederações nacionais de trabalhadores, quatro delas filiadas a Conclat⁶¹, manifestavam seu apoio ao programa de estabilização econômica, prometiam ajudar o governo na fiscalização dos preços, mas sugeriam mudanças no decreto-lei que instituiria o plano com relação a reajustes de salários.

Já a Central Única dos Trabalhadores (CUT)⁶² apareceu na mesma edição, em uma matéria sobre uma manifestação contra a reforma econômica do governo federal no Rio de Janeiro, e representantes da CUT chamaram o pacote de “antitribalizador”.

Os jornais deram espaço para fontes que divergiam quanto à questão do salário dos trabalhadores, mas houve também certo cuidado no uso das palavras, de forma a não frisar aspectos negativos das medidas. No dia 1º de março de 1986, na editoria de economia de *O Globo*, foi publicada a matéria *Técnicos preveem ganho menor para todos*. Em vez de no título ser usada a palavra “perda”, por exemplo, optou-se por usar “ganho menor”.

⁶¹ A Conferência Nacional da Classe Trabalhadora (Conclat) foi um encontro de líderes sindicais dos trabalhadores brasileiros, realizado pela primeira vez em 1981, em Praia Grande-SP. Teve a participação de 5.036 delegados, representantes de 1091 entidades de classe. Decidiu-se, nela, a criação de uma Central Única dos Trabalhadores (CUT) e, para viabilizá-la, foi eleita uma comissão nacional de 56 sindicalistas, urbanos e rurais, de todos os estados. As reivindicações foram encaminhadas ao governo federal (SANDRONI, 2005, p. 171).

⁶² A CUT foi fundada em agosto de 1983 em congresso que contou com a participação de 5.059 trabalhadores, delegados de sindicatos urbanos e rurais. A CUT e a CGT constituem as duas grandes centrais do movimento sindical brasileiro. Por seu programa e pelas greves e ações coletivas que tem patrocinado no campo e na cidade desde a sua origem, a CUT é considerada mais à esquerda do que a CGT (SANDRONI, 2005, p. 219).

E como os jornais tratavam a participação dos consumidores? No primeiro dia após o lançamento do plano, as edições dos dois jornais trouxeram a repercussão do pacote e as reações por parte dos diversos setores da sociedade. Os consumidores foram retratados como perplexos, com dúvidas, desconhecimento e desconfiança com relação às medidas, mas também com esperança de que a situação econômica do país melhorasse.

O papel dos consumidores foi de envolvimento, desde o início, quando o governo tomou a iniciativa concreta de conclamá-los para combater a inflação. Grande parte deles assumiu, de fato, o papel de “fiscal do Sarney” — expressão popularizada pela imprensa a partir do discurso inaugural de Sarney, que usou literalmente a frase “fiscal do presidente”.⁶³

Os jornais publicaram pesquisas de opinião pública, durante o mês de lançamento do Plano Cruzado, que mostravam o apoio da população com relação às medidas. Nos primeiros dias do pacote, o governo já contava com “um requisito considerado fundamental para executar as medidas: a participação dos consumidores como força de vigilância no cumprimento, pelos pontos de venda, do congelamento de preços”,

⁶³ Um dos “fiscais” que ficou particularmente conhecido, em março de 1986, como o “fiscal número 1 do Sarney” foi o empresário Omar Marczyński porque, poucos dias depois do congelamento de preços, ele fechou um supermercado de Curitiba que estava reajustando preços após a decretação do Plano Cruzado. Ele saiu no noticiário e justificou sua atitude como “um ato em nome do povo brasileiro”. Depois, quando o presidente Fernando Collor baixou a 2ª edição do Plano Collor, ele foi nomeado superintendente da Sunab, conforme mostra a matéria “Fiscal número 1 do governo Sarney é o novo chefe da Sunab”, de *O Globo* (Economia, p. 20), de 22 de fevereiro de 1991.

como dizia o *lead* da matéria “Para Lopes, reação popular garante o sucesso”, publicada na *Folha* de 2 de março de 1986. A principal fonte de informação foi Chico Lopes, assessor dos economistas André Lara Resende e Pêrsio Arida, que articularam o projeto.

Os consumidores tinham papel fundamental na campanha em favor do êxito do plano e, assim, ganharam espaço nos jornais. Foram criadas seções específicas para que o leitor entrasse em contato com os periódicos a fim de fazer denúncias de abusos com relação aos preços, como a coluna *Folha Emergência*, que dispunha de números de telefones para receber as ligações dos leitores.

O engajamento da população com relação ao pacote foi quase que total em alguns momentos, como mostrou a reportagem na editoria *O País*, de *O Globo* de 16 de março de 1986: “Plano de inflação zero recebe o apoio de 96%”. Uma sub-retranca, com o título *Nove em cada dez vão fiscalizar*, registrava a disposição do povo no combate à inflação no *lead*: “88% dos entrevistados no Rio de Janeiro e 92% em São Paulo disseram que pretendem fiscalizar os preços e denunciar os aumentos ilegais às autoridades encarregadas de conter a carestia”.

Ao completar um mês de Plano Cruzado, a repercussão registrada nas páginas foi relativa às mudanças de hábitos dos brasileiros, diante de um novo quadro econômico e da motivação que o pacote teria provocado nas pessoas, não só por ter aumentado o seu poder de compra, mas também por ter evidenciado o quanto era importante a sua participação no processo.

É interessante notar que o noticiário sobre o Plano Cruzado não se restringiu às páginas de economia dos jornais. Invadiu também o espaço destinado à política, não só com relação a pronunciamentos do presidente Sarney e dos ministros, mas, eventualmente, em notícias de aferição da opinião pública sobre o pacote. Os limites que separam o campo de cobertura das editorias de economia e política são muito tênues, principalmente quando o Estado intervém na economia.

E como os empresários apareceram se manifestando sobre o pacote nessa cobertura? Esta categoria está subdividida aqui em dois segmentos econômicos: indústria e comércio; e bancos.

As matérias relacionadas ao comércio retratavam, de um lado, o governo chamando a atenção dos consumidores para que fiscalizassem os preços e, de outro lado, as entidades representativas desse segmento alertando para a precaução no registro dos preços dos produtos para que não houvesse perdas com o congelamento.

Na guerra contra a remarcação, as principais vítimas da ira dos consumidores foram as grandes redes de supermercados. No espaço destinado a denúncias criado na *Folha*, por exemplo, as reclamações com relação a esse segmento foram frequentes.

Os dois veículos deram espaço para matérias negativas sobre os comerciantes, nas quais consumidores denunciavam aumento de preços, e para positivas, nas quais comerciantes apoiavam o plano.

No segmento de indústria e comércio, a cobertura nos jornais oscilou entre simpatia, quando se tratava de narrar os

esforços de adaptação às mudanças, e crítica, quando se relatavam medidas que mantinham hábitos antigos, contrariando o interesse nacional.

Apesar das denúncias de sabotagens que foram registradas no dia a dia dos jornais, havia, na cobertura, um clima de otimismo, confiança e sucesso com relação às novas medidas econômicas. O empresariado, de maneira geral, demonstrava apoio às medidas.

Como se destinava a acabar com a farra financeira, o plano gerava muitas reclamações de banqueiros, para os quais a inflação era benéfica, ao passo que, tendo beneficiado os assalariados, estes o apoiavam entusiasticamente. As pessoas apoiavam o pacote porque acreditavam que ele iria atender aos interesses da nação e dos trabalhadores.

Nos jornais, os bancos não foram tratados como vilões, mas como os empresários, que defendiam seus interesses e se preocupavam com a possibilidade de ter menos lucro em função do fim da correção monetária. As matérias tratavam de suas reivindicações e da preocupação com as perdas que teriam, mas predominava o discurso do governo de que os bancos poderiam “perder rentabilidade”, mas teriam de “adaptar-se” à nova realidade, “modificando suas estruturas de serviços”.

3.3 Fortalecimento do jornalismo de serviço

Uma das características mais significativas da cobertura do Plano Cruzado foi que os jornais tentaram fortalecer o seu papel pedagógico diante do leitor na editoria de economia.

Houve uma mudança de postura no jornalismo — o qual desenvolveu um noticiário que, ao mesmo tempo, era predominantemente otimista e tentava ser didático. Esse momento é apontado como um marco no fortalecimento do jornalismo de serviço por autores como Juarez Bahia (1990a), Bernardo Kucinski (2000), Luís Nassif (2003; 2007) e Rafael Fortes (2004).

Bahia (1990a, p. 227) registra que a informação econômica prestada pelos veículos assumiu uma função política e social, valorizada pela qualidade da orientação que fornecia ao público. Naquele momento de choque econômico, leitores, ouvintes, telespectadores buscavam informações sobre bolsas, aplicações de curto prazo, investimentos de risco, sobre como assegurar o valor do salário e também como funcionava o seguro-desemprego. Essa necessidade de informações econômicas acessíveis aos leigos aumentou a oferta do jornalismo de serviço por parte dos jornais, o que se mostrou uma tendência nos anos 1980.

Diários como *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Tarde (JT)* aperfeiçoaram, nessa década, a edição de serviços informativos econômicos que se tornaram padrões na imprensa brasileira. A seção *Confira o seu dinheiro*, do *JT*, de São Paulo, lançada em julho de 1981, publicava orientação técnica e conselhos para o bolso do leitor (salários, habitação, emprego, renda fixa, poupança etc.) e era reproduzida por outros veículos nacionalmente (BAHIA, 1990a, p. 227).

Foi em fins de 1979 que o *JT*, veículo da família Mesquita, iniciou uma experiência nesse sentido em caráter local, mas com fortes desdobramentos futuros na imprensa nacional do

período. Passou a investir pesadamente no chamado jornalismo de serviço, buscando aproximar-se das necessidades imediatas dos leitores⁶⁴.

Ao assumir a chefia da reportagem de Economia do *JT*, em 1979, Nassif conta que a orientação dada aos repórteres e à edição foi a de privilegiar os efeitos diretos das medidas econômicas sobre o bolso. Se houvesse matérias sobre tarifa de energia elétrica, por exemplo, invertia-se a ênfase: a retranca principal seria sobre a conta de luz e o boxe sobre a política tarifária. Completava-se o quadro com matérias analíticas pequenas, sob o olho de “Entenda a Economia”:

No *Jornal da Tarde*, nós radicalizamos a cobertura de serviços em dois sentidos. O primeiro era o seguinte: cada tema econômico que aparecia, a matéria principal era como que afetava o seu bolso. E depois você tinha uma sub-retranca, que era a matéria em si, e tinha um negócio chamado ‘Entenda a economia’, onde você tentava trocar em miúdos o significado econômico daquelas decisões. Então, você separava muito bem, digamos, a parte que afetava o bolso, que era o tema principal, e a parte em que você tentava explicar os mecanismos econômicos, que era o ‘Entenda a economia’. Então, a matéria mesmo ia para terceiro plano, a notícia em si, já que todos os jornais iam dar mesmo, então não precisava cobrir tão detalhadamente.

⁶⁴ Em meados dos anos 1960, sua criação por Mino Carta havia sido uma revolução na mídia brasileira. Trazia novos padrões de diagramação, pautas novas, com forte apelo no cotidiano, manchetes criativas, mas acabou mergulhando em uma crise de identidade no final dos anos 1970 (NASSIF, 2003, p. 11).

Outros assuntos se incorporaram à pauta de economia do jornal, como questões ligadas a condomínio, seguro, financiamento habitacional, o conjunto de temas que compõem o orçamento doméstico. Nassif afirma que o *JT* consagrou um padrão de jornalismo didático, com temas do dia a dia do leitor. As manchetes, em sua maioria, se voltavam diretamente para ele, tipo “entenda como se faz isso”, “defenda seus direitos” etc. O modelo implantado ajudou a abrir caminho para novas formas de aproximação com o leitor e novas fontes de receita, com expansão, por toda a imprensa diária, de cadernos de serviços e cadernos segmentados⁶⁵:

E lá no *Jornal da Tarde* eu montei o projeto ‘Seu Dinheiro’. Nos anos 1980, os jornais abordavam o tema, mas a economia pessoal não era só investimento, eram as despesas. Você abordava aluguel, previdência, supermercado, gastos com carro, e depois abordava, na outra ponta, a questão dos investimentos, poupança, ações e tudo mais.

O jornalismo de serviço, segundo Nassif (2003, p. 14), foi “a primeira tentativa contemporânea de vocalizar os direitos difusos dos leitores”. Seu ponto alto, segundo ele, “foi o Plano Cruzado, quando se tornou padrão utilizado por todos os grandes jornais, resultando em grandes aumentos de tiragem,

⁶⁵ Para Nassif (2003, p. 13), o *JT* poderia ter sido o veículo da família Mesquita a barrar o crescimento da *Folha de S. Paulo*, que começava a se projetar. Avaliações internas concluíram, erroneamente, que o crescimento do *JT* poderia canibalizar o “Estadão”. “Impedir seu crescimento foi um erro fatal de avaliação”.

além de ter aberto novas fontes de faturamento publicitário através de cadernos de serviço”.

A análise das páginas da *Folha* e de *O Globo* do mês de lançamento do Plano Cruzado comprova a consolidação do jornalismo de serviço nessa época. Os veículos buscaram simplificar a linguagem, na tentativa de explicar de forma acessível e legível as medidas econômicas, e utilizaram, acompanhando as matérias principais, recursos gráficos, como boxes, tabelas e ilustrações, para facilitar o entendimento por parte do leitor.

Um exemplo interessante desse esforço pelo didatismo por parte dos jornais está registrado na edição de *O Globo* de 2 de março de 1986. A matéria *Saiba o que vai mudar amanhã na rotina dos bancos* trouxe como sub-retranca *Como preencher corretamente um cheque em cruzados*, com a reprodução de um cheque preenchido em letra cursiva e com orientações de como o leitor deveria fazer diante da mudança da moeda.

Esse jornalismo de serviço ou de utilidade pública passou definitivamente a fazer parte da rotina e do papel dos jornalistas durante a era de turbulências na economia, inaugurada pelo Plano Cruzado, segundo relembra a jornalista Miriam Leitão:

A hiperinflação criou tumultos no dia a dia das pessoas, nas tarefas do cotidiano. Então, de repente a gente acorda no dia 28 de fevereiro de 1986 e fala assim: acabou a inflação, a moeda é outra, corta zeros, tudo agora vai ser diferente, tem uma tablita para você pagar suas contas e cobrar as dívidas dos outros, e tudo é diferente. Os preços vão ser tabelados. Está aqui a tabela. Então, a gente de repente era de utilidade pública, a gente fazia jornalismo de

utilidade pública. A demanda em cima da gente era impressionante! Os telefones tocavam o dia inteiro. As pessoas perguntavam coisas elementares e ligavam dizendo minha situação é diferente de tudo que está sendo explicado, deixa eu te explicar a minha história. Então, você tinha de entender. Quando aconteceu o Plano Cruzado eu estava numa fase de transição, saindo de São Paulo e vindo para o Rio de Janeiro. Mas, ao longo de 1985, já se falava dos pacotes heterodoxos. Aquilo me pareceu uma coisa completamente estranha. O que é que isso? Plano heterodoxo, mudança monetária? Eu achava aquilo complicadíssimo. Então, eu vim para o Rio, e para minha sorte, perto da PUC do Rio. Quem comandou todo o processo das tentativas de estabilização sempre foi a corrente do Rio de Janeiro.

Sobre o jornalismo de serviço, ela concorda com Nassif quanto ao seu fortalecimento a partir do Plano Cruzado:

O jornalismo de serviço sempre existiu, mas foi levado a níveis como nunca mais ele vai ter tão grandes em importância. Ele vai continuar sendo importante, mas naquele momento ele atendia uma coisa emergencial.

Para Kucinski (2000, p. 16), a expansão desse tipo de jornalismo ocorreu a partir dos desdobramentos da crise do “milagre econômico”: primeiro, com a alta do petróleo; depois, com as greves operárias e a profunda recessão dos anos 1980; e, finalmente, com a alta dos preços. A inflação alimentou essa forma de abordagem, voltada para os problemas econômicos

e financeiros de seus leitores de classe média, como prestações da casa própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo para as classes médias, trata-se de um jornalismo que, de certa maneira, tenta recolocar o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística.

Por que isso ocorreu e se consolidou principalmente a partir dos altos e baixos da economia brasileira? Porque a prestação de serviço por meio das páginas também reforçava a utilidade do jornal, enquanto produto, por parte das empresas de comunicação. Tratava-se, portanto, também, da estratégia de atrair os leitores para as notícias.

Como se desenvolveu, ao lado dos textos informativos, a dimensão da opinião na cobertura do Plano Cruzado? Os espaços destinados aos gêneros jornalísticos opinativo e interpretativo — os editoriais e as colunas — dos jornais pesquisados também foram locais de torcida em favor do plano. Neles prevaleceu, como ocorreu nas notícias e reportagens, a defesa do interesse nacional maior: o combate à inflação.

3.4 Novos rumos no contexto jornalístico dos anos 1980

Além do fortalecimento do jornalismo de serviço ou de utilidade pública nas editorias de economia, que novos rumos pareciam se desenhar, na imprensa, nos idos da “Nova República”? A indústria jornalística estava em expansão. Em 1986,

ano atípico do Plano Cruzado, *O Globo* era lido diariamente por 2 milhões e 377 leitores. Acompanhando a configuração do mercado de jornais nas principais praças (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Salvador e Curitiba), segundo registra Bahia (1990, p.373), a Marplan identificava um perfil do leitor brasileiro. Nesse perfil, se destacavam, como os maiores consumidores dos diários, os homens, as classes de maior poder aquisitivo e as pessoas com formação universitária; e o maior índice de leitura ocorria aos domingos.

Do ponto de vista de organização enquanto empresas, a imprensa diária e as revistas semanais se tornaram mais automatizadas. Desde os anos 1970, empresas empregam processos computadorizados de edição. Entre os grandes jornais, a *Folha* foi pioneira nesse sentido, seguida do *Estado*, de *O Globo* e do *Jornal do Brasil*. Entre as publicações semanais de informação, as primeiras foram *Manchete* e *Veja* (BAHIA, 1990, p. 374). A nova redação automatizada permitiu que repórteres e redatores enviassem seus textos diretamente à fotocomposição.

O Plano Cruzado abriu mais oportunidades para os jornais brasileiros e desmentiu previsões de esgotamento da capacidade de influência e penetração dos veículos impressos. Com o lançamento do pacote, os brasileiros correram às bancas em busca de informações (tabelas, ilustrações, cálculos, dados comparativos etc.) que nem o rádio nem a TV podiam fornecer de forma satisfatória (BAHIA, 1990, p. 391).

A euforia do Cruzado perdeu fôlego antes de completar-se um ano de mudanças econômicas. No entanto, a circulação

dos jornais cresceu 32% nos primeiros seis meses e subsequentemente manteve-se 13% acima da média. O congelamento dos preços do exemplar e da publicidade — imune ao ágio que a quase totalidade dos produtos alcançava em desafio ao programa anti-inflacionário — incrementou a leitura e levou os anunciantes a investirem mais. A saturação da TV como meio publicitário favoreceu a expansão dos jornais e revistas. Nesse ano, os jornais ficaram com 32% dos negócios publicitários, contra 60% da televisão (BAHIA, 1990, p. 391).

Os jornais ganharam a batalha da notícia com a TV, na emissão de informação que exigia referência, confirmação, verificação ou conferência, elementos que melhor se apuram mediante a manipulação física do papel.

A apresentação do pacote foi feita por meio de uma cadeia de rádio e televisão (como já foi dito), amparada por um impacto de surpresa, oral e visual. Entretanto, passado esse momento, o campo de atração e interesse do Plano Cruzado se deslocou para as páginas dos jornais e das revistas.

Tal deslocamento relaciona-se com as maneiras de ler do leitor. O jornal impresso pode ser carregado, dobrado, lido por muitos. E, nesse suporte, o leitor pode voltar ao texto quantas vezes e na hora em que quiser para reler ou entender de forma mais detalhada alguma informação. O texto está lá, gravado no papel e à disposição do leitor para consulta a qualquer momento. No caso da TV aberta, a menos que o telespectador faça uma gravação do noticiário, a notícia é mais efêmera, porque só é veiculada no horário do telejornal.

Na cobertura do Plano Cruzado, o clímax da supremacia da palavra impressa abrangeu os primeiros seis dias do

lançamento das medidas; até o décimo dia, ainda se observava alto índice — além do normal — de consumo de leitura. Daí em diante, foi grande a penetração dos jornais que exploraram bem o interesse e a expectativa da sociedade com guias, reprodução de tabelas e gráficos explicativos e outras informações “de bolso”.

Conforme registra Juarez Bahia (1990, p. 391-392), no dia 5 de março de 1986, a *Folha de S. Paulo* bateu todos os recordes da imprensa brasileira. Juntamente com a *Folha da Tarde*, imprimiu 1 milhão 714 mil exemplares de uma edição extra com a tabela de preços congelados de 300 produtos, válida somente para o estado de São Paulo e emitida pela Sunab às 6h45. A edição extra (oito páginas em formato tabloide) chegou às bancas às 10h35.

O impacto da notícia de economia, a partir do Plano Cruzado, gerou mudanças no projeto gráfico da *Folha*, conforme a direção do periódico lembrou mais tarde, em sua edição de 24 de maio de 1989:

A partir de junho de 1986, quando foi criado o Caderno de Economia, a *Folha* vem dividindo suas edições em cadernos, cada um sobre uma temática determinada e própria. Essa política permite agrupar melhor os assuntos e facilita a vida do leitor que quiser ir diretamente ao noticiário que mais o interessa⁶⁶.

⁶⁶ “Folha muda para tornar sua leitura mais veloz”, reportagem publicada no 24 de maio de 1989, na editoria de Política da *Folha* (p. A-5).

Durante a cobertura do Plano Cruzado, *O Globo* também superou seu próprio recorde de circulação. No dia 6 de março de 1986, sua tiragem foi de 814 mil exemplares. Bahia (1990, p. 392) registra que os demais grandes jornais puseram nas ruas edições cujas tiragens também se beneficiaram da preferência dos leitores e registraram altos índices de venda.

Na edição dessa data, inclusive, o presidente Sarney destacou a participação da imprensa na divulgação das medidas do pacote, ao tomar parte, em Salvador, da abertura da reunião plenária da Sociedade Interamericana de Imprensa. Ele afirmou que os meios de comunicação tiveram papel fundamental na divulgação do programa de estabilização e possibilitaram ao governo levar uma nova mensagem ao povo brasileiro: “Você é o presidente; o presidente é você”. Ele agradeceu à imprensa por “sua participação na construção da Nova República”⁶⁷.

Na veiculação do Plano Cruzado, as emissoras de TV defenderam-se como puderam e, em muitas ocasiões, impuseram seu ritmo aos jornais. As redes *Manchete*, *Bandeirantes*, *SBT* e as próprias *TVEs* registraram boas coberturas, mas a *Rede Globo* se destacou. Sua estratégia foi concentrar maior tempo nos debates, retomando tradição da imprensa escrita, dinamizando-os com os recursos da televisão⁶⁸.

⁶⁷ “Sarney destaca participação da imprensa” (*O Globo*, 6 de março de 1986).

⁶⁸ A *Rede Globo* cedeu terreno à *Manchete* e à *Bandeirantes* na transmissão parcial dos debates entre o Ministro da Fazenda, Dilson Funaro, e parlamentares no plenário da Câmara dos Deputados. Na noite de 6 de março de 1986, a *Globo* reuniu convidados (ministros e outros debatedores) e ofereceu um exemplo da privilegiada capacidade da TV para dar notícias rápidas e impactantes (BAHIA, 1990, p. 392).

Para Bahia (1990), o episódio do Cruzado sugere duas lições em um contexto de comportamento cultural da sociedade em relação à notícia: a) a imprensa é mais útil na medida em que consegue responder satisfatoriamente às expectativas de informação da opinião pública, e não só quando julga estar fazendo isso, em uma estrita avaliação de seus editores; b) em um grande acontecimento, como no caso do programa sobre o Cruzado, a vantagem de tempo (diferença de 12 horas) que a TV leva sobre a imprensa só tem utilidade com apoio de iniciativas talentosas e competentes, que ofereçam à audiência algo além da rotina — como os debates com a participação de ministros e economistas.

Na cobertura do primeiro choque da “Nova República”, portanto, a fase de impacto foi dominada pela TV; e a de compreensão, interpretação e vulgarização dos fatos pela imprensa. E foi uma época de crescimento da imprensa de economia e também aprendizado para os jornalistas da época, conforme destaca Carlos Sardenberg (1994):

O jornalismo econômico cresceu porque atendia uma demanda bastante considerável: o crescimento econômico e uma mudança nas bases econômicas do país. Da mesma forma, esteve presente durante os momentos de instabilidade. O Brasil mergulhou em uma crise prolongada a partir da década de 1980 — chamada década perdida. E o que aconteceu com o jornalismo econômico? Continuou sendo notícia, embora de um modo inverso. Paramos de falar de crescimento para falar de estagnação, recessão e de um personagem novo, a inflação. Aquela

conhecida, desde 1964, era brincadeira, ridícula, de 100% ao ano. Nesse novo período, este chegou a ser quase o índice mensal — 80% no último mês do governo Sarney. Depois, 45% ao mês era o normal. A crise econômica, caracterizada por uma inflação ascendente, crônica, também criou uma demanda importante. E o jornalismo econômico soube atendê-la de uma maneira que julgo muito eficiente. Sobre tudo se compararmos as páginas econômicas dos jornais brasileiros com as de outros países.

Sobre o desenvolvimento do jornalismo pela imprensa no episódio do Plano Cruzado, Sardenberg, que na época estava em uma posição que ele considerou privilegiada, pois era assessor do ministro do Planejamento João Sayad, relembra ainda que:

Na cobertura de planos e pacotes econômicos, o jornalismo deu demonstrações de êxito, apesar de alguns erros e fracassos ao longo do caminho, porque fazê-lo é das coisas mais complicadas e difíceis que existem. Sai tudo em um dia só, e o governo desaba em nossas cabeças uma enorme quantidade de medidas. [...] Para dar uma ideia de como funcionava, nem dentro do próprio governo se entendiam as coisas. Pior, ninguém sabia as respostas que deveriam ser passadas ao público, pois existiam informações contraditórias. Foi a primeira vez que se utilizou a ideia de corrigir salários pela média. Hoje, as pessoas conhecem isso razoavelmente, mas na época a confusão foi monumental. A própria ideia de conversão também foi se alterando na dinâmica do processo. A tal ponto que só na véspera do lançamento do plano a equipe econômica chegou a uma fórmula.

Sardenberg destaca, em seu relato, como também o fizeram Beting, Nassif e Miriam Leitão, o papel do repórter de economia como tradutor dos fatos econômicos e sua importância em uma situação de emergência como era o momento de lançamento de um novo plano. Ele fala sobre o desafio e a necessidade do jornalista de compreender as medidas com agilidade:

Era tamanha a mudança que se fazia, que ninguém estava compreendendo direito o que era. Imagine a situação dos repórteres — a maioria foi tomada de surpresa, mas os bons profissionais sabiam que alguma coisa estava em andamento. Como era o primeiro dos planos econômicos, a imprensa ainda não estava treinada para identificar indícios de que haveria um pacote. Hoje, está. Na época, era possível ao governo elaborar em segredo um plano daquelas proporções. Os bons repórteres desconfiavam, porque, entre outras coisas, havia algo parecido em Israel e no México. E quem acompanhava a literatura acadêmica, além de alguns artigos que apareciam nos jornais brasileiros, podia adivinhar que alguma coisa estava no ar.

A “era” do Cruzado foi, portanto, um marco da recente história política e econômica do país, não só porque provocou um choque na economia que, inicialmente, deu resultados, mas porque teve também uma conotação sensacional, de êxtase até, para a população brasileira, que se engajou em nome da nação na luta contra o inimigo comum — a inflação — e, muitas vezes de forma apaixonada e passional, partiu para o confronto físico em nome do controle de preços.

E qual a participação do jornalismo de economia nesse processo? Por que desenvolveu uma cobertura com essas características nesse momento? A imprensa dessa área construiu um noticiário para explorar a extrema participação popular no andamento do Cruzado. E sua narrativa foi construída de forma sensacional. O que se observa é uma busca também da editoria de economia, tradicionalmente marcada por uma linguagem mais hermética e sisuda, de popularizar a cobertura dos fatos econômicos e conquistar leitores.

Quadro 4 – Taxas anuais de inflação 1950-2000

Ano	Inflação (%)
1950	9,2
1960	25,4
1965	58,2
1970	16,4
1975	33,9
1980	110,0
1985	235,0
1986	65,0
1987	416,0
1988	1038,0
1989	1783,0
1990	1477,0
1991	480,0
1992	1158,0
1993	2489,0
1994	929,0
1995	22,0
1996	11,0
1997	4,0
1999	8,9
2000	6,0

Fonte: SKIDMORE, Thomas E. *Uma história do Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 2003, 4. ed., p. 325 e 328. BERVILAQUA, Afonso. *Brazil: Recent Economic Developments*. Banco Central: Fevereiro de 2006.



A COBERTURA DE EMERGÊNCIA DEPOIS DO PRIMEIRO “CHOQUE”

Nas primeiras semanas após seu lançamento, o Plano Cruzado despertou enorme entusiasmo da população, com a sensação de que a inflação realmente fora eliminada e de que se iniciava uma nova era de prosperidade, com estabilização de preços. Em alguns meses, no entanto, a anestesia foi perdendo seus efeitos e os problemas se avolumando.

O Plano Cruzado gerou impactos imediatos para a economia do país, como a queda da inflação, o crescimento da demanda e o aumento da produção e do emprego. Ocorreu uma remonetização (política de aumento das emissões monetárias) da economia bastante rápida, influenciada pela chamada “ilusão monetarista” e por taxas de juros reais baixas, que levaram à fuga dos pequenos poupadores da caderneta de poupança (FILGUEIRAS, 2000, p. 80).

Com o término do imposto inflacionário e da “ciranda financeira”, nessa época, as camadas da população de baixa

renda foram diretamente beneficiadas, observando-se uma melhora, momentânea, na distribuição de renda. Isso provocou uma valorização dos ativos reais e a necessidade de os bancos se ajustarem, uma vez que não poderiam mais viver, essencialmente, dos rendimentos das aplicações financeiras alimentadas pela inflação.

Mas inúmeros fatores conspiraram contra o sucesso desse programa de estabilização. Na avaliação de Nassif (2007, p. 114-115), as condições da economia na época não recomendavam a adoção do plano. Em planos dessa natureza, com âncora cambial e congelamento de preços, há a necessidade de um comércio exterior atuante, que permita a importação de bens em setores pressionados pela demanda interna. O comércio exterior brasileiro era praticamente inexistente.

Havia a necessidade de uma política cambial flexível, que absorvesse os choques de demanda. A polícia cambial brasileira era indexada e, depois do Cruzado, foi congelada. Mas todo o congelamento — o câmbio, de preços e de contratos — tinha data certa para terminar: assim que o Cruzado completasse um ano.

Ficou claro que o congelamento não podia abarcar todos os preços da economia: era impossível fazê-lo, por exemplo, em relação aos produtos não padronizáveis, como vestuário e moradia. E os empresários aprenderam rapidamente a “maquiar” seus produtos, escapando do congelamento e do tabelamento (SANDRONI, 2005, p. 652).

Outro problema é que alguns preços foram congelados antes de serem alinhados, como aconteceu, por exemplo, com

a maioria das tarifas do setor público. Ocorreu a eliminação da correção monetária e, conseqüentemente, a redução das taxas de juros nominais⁶⁹, o que estimulou o consumo e inibiu a poupança: a expansão da demanda correspondente conspirou contra o congelamento e criou o caldo de cultura para a ampliação do mercado negro e cobrança de ágio (SANDRONI, 2005, p. 652).

Além desses fatores, a taxa cambial permaneceu congelada durante nove meses, enquanto vários preços se elevaram no mercado interno: isso, ao mesmo tempo em que estimulou as importações, desestimulou as exportações, provocando uma erosão nas reservas internacionais do país e inviabilizando os mecanismos de pagamento do serviço da dívida externa.

Nesse contexto, seriam necessários instrumentos consistentes de política monetária, que permitissem estender o prazo das aplicações e melhorar a eficácia da política de juros. O *open market* no Brasil, contudo, era constituído de títulos públicos de curtíssimo prazo, pelos quais se pagavam taxas astronômicas de juros — plena liquidez com plena rentabilidade. Finalmente, deve-se ressaltar que as empresas não estavam preparadas para operar em regime de estabilidade. Não havia programas de qualidade, gestão moderna, nem parcerias (NASSIF, 2007, p. 114).

Mesmo assim, tocou-se o plano. Fim da inflação, câmbio apreciado, salários aumentando e desestímulo à poupança

⁶⁹ É o juro correspondente a um empréstimo ou financiamento, incluindo a correção monetária do montante emprestado (SANDRONI, 2005, p. 447).

provocaram uma explosão de vendas e uma pressão incontornável sobre os preços, não havendo como aliviar do lado das importações, nem do lado dos juros. O plano explodiu antes de completar o primeiro ano.

Apesar disso, o Cruzado trouxe uma lição a seus formuladores: o enorme poder de que dispunham para, através de regras de conversão de contratos, influir pesadamente nos mercados futuros, que começavam a se ampliar no país com a criação da Bolsa Mercantil e de Futuros (BM&F).

Enquanto se transformava em um fracasso econômico, o Cruzado teve enorme eficácia política. As tensões que envolviam o plano foram represadas até as eleições parlamentares e para governadores de novembro de 1986. No pleito, o presidente José Sarney e o PMDB obtiveram uma vitória espetacular: a representação dessa legenda na Câmara dos Deputados subiu de 201 para 261 (em 487), e seu número de senadores de 23 para 45, o que proporcionou uma maioria ainda mais ampla no Senado. O PMDB também venceu as eleições para governador nos estados mais populosos (SKIDMORE, 2003, p. 272)⁷⁰.

⁷⁰ Na campanha geral de 1986, o Brasil foi tomado pelo surto do *marketing* político. As candidaturas, em todos os Estados, ampararam-se em esquemas de *marketing*. Pela primeira vez no país, estruturas e profissionais, deslocando-se dos grandes centros do Sudeste, partiram para os estados do Norte. O PMDB, alavancado pela estratégia de Sarney de “capturar o boi no pasto” e, assim, segurar o preço da carne, conseguiu eleger todos os governadores, com exceção de Sergipe. Fez 261 cadeiras na Câmara contra 116 do PFL (TORQUATO, 2004, p. 18-19).

4.1 As modificações do Plano Cruzado e a cobertura jornalística

Depois das eleições, no entanto, o Plano Cruzado sofreu modificações e a inflação voltou com intensidade, agora acompanhada por um claro processo recessivo. Seis dias após o pleito, em 21 de novembro, foi lançado o Plano Cruzado II (Decreto-lei nº 2.290/86), que descongelou os preços de produtos e serviços, liberou os preços dos aluguéis para serem negociados entre proprietários e inquilinos e alterou o cálculo da inflação, que passou a ser medida com base nos gastos das famílias com renda de até cinco salários mínimos.

No mês de novembro, nos dias que antecederam o anúncio das modificações no programa de estabilização econômica, o assunto predominante na cobertura jornalística era a da insegurança com relação ao futuro do Cruzado. Os segmentos técnicos — economistas, industriais, representantes de associações ou entidades relacionadas com setores da economia — ocupavam o noticiário em matérias que davam dicas ou que reclamavam da condução das medidas pelo governo. A cobertura não era mais de entusiasmo absoluto, como havia sido no lançamento do Cruzado em fevereiro de 1986.

Os jornais não poderiam mais sustentar o clima de otimismo dos primeiros dias do Plano Cruzado, porque os problemas já vinham ficando cada vez mais visíveis para o mercado e para os consumidores. E era preciso mostrar essas tensões em suas páginas até para o noticiário econômico continuar atraindo leitores. Afinal, a inflação permanecia uma ameaça iminente.

A cobertura já associava o fato de as eleições ocultarem a real situação do plano. No dia 7 de novembro de 1986, essa associação foi feita claramente em uma sub-retranca da *Folha*, assinada pelo jornalista Gilberto Dimenstein, com o título *Cruzado tem seus piores resultados*. A matéria acompanhava a retranca principal da página.

No dia seguinte, 8 de novembro de 1986, Sarney deu entrevista para garantir que a eleição não influenciaria nas decisões do governo, e suas declarações ocuparam a editoria de política. O ministro da Fazenda, Dílson Funaro, por sua vez, voltou ao noticiário para consertar o que havia falado no dia anterior e tentar amenizar o impacto das declarações que havia feito afirmando que a inflação seria superior a 2%.

Não havia mais tanta unidade no discurso das fontes do governo, como no período de lançamento do Plano Cruzado. Havia certo “disse me disse” por parte das fontes principais, o que demonstra que não existia um consenso sobre que rumos tomar com relação ao andamento das medidas econômicas.

Dias depois, na quarta-feira, 12, Sarney fez um pronunciamento à nação para ressaltar a importância das eleições que seriam realizadas no sábado, 15, porque o resultado, segundo ele, iria definir os rumos da economia do país. Após o pleito, com a iminente vitória do PMDB, a *Folha* do dia 17 trouxe uma matéria com o título: *Sarney atribui vitória nas eleições a Cruzado*. A economia influenciou os rumos da política naquele momento, e o presidente fez questão de fazer essa associação, em suas declarações, como estratégia, inclusive, de fortalecimento político.

O suspense sobre as medidas econômicas que seriam baixadas para reajustar o Plano Cruzado foi a tônica do noticiário nos dias anteriores ao anúncio oficial das modificações. E, nessa nova fase de turbulências, as notícias de economia tinham espaço garantido nas capas dos jornais.

No dia 21 de novembro de 1986, os periódicos trouxeram como manchete o início do pacote de ajuste do Plano Cruzado, que começou com o aumento de 60% da gasolina e do álcool carburante. No sábado, 22, a *Folha* trouxe nova manchete para detalhar as medidas que haviam sido anunciadas no dia anterior em rede de rádio e televisão.

Como no mês de lançamento do Cruzado I, em fevereiro do mesmo ano, os jornais criaram um selo para o Cruzado II para reafirmar que se tratava de uma nova edição do programa de estabilização iniciado nove meses antes. A *Folha* utilizou “O ajuste do Cruzado” e *O Globo*, “Reforma do Cruzado”. O diário paulista abordou as mudanças na editoria de economia e criou uma subeditoria, chamada *Política Econômica*, na qual repercutia os fatos com fontes do campo político.

Sobre a linguagem utilizada nas notícias a respeito do pacote, prevaleceu, no jornalismo de economia, a tentativa de ser didático/pedagógico. Observa-se a adoção de um padrão de jornalismo de serviço.

Nesse momento de intensa turbulência da economia brasileira, após a “ilusão” dos primeiros meses do Cruzado — criada com ênfase pelo governo e capitaneada pela cobertura dos jornais — de que ele teria êxito, os jornais continuaram a buscar uma posição de decifradores do mundo da economia para tentar traduzir esses fatos para o público.

O jornalismo e os jornalistas de economia tomaram para si esse papel de decifradores do campo econômico com o objetivo de reafirmar sua importância, e isso implicava também a tentativa de incluir o leitor nessa cobertura — e torná-lo capaz de compreender as notícias.

Nesse processo de tentativa de tradução dos fatos, observa-se que essa editoria procurou diminuir o caráter hermético do campo da economia. Na *Folha*, por exemplo, a abordagem sobre as mudanças no Cruzado foi feita com a divisão dos assuntos em matérias pequenas. Tentava-se explicar o impacto das diferentes medidas ou nos diversos produtos em sub-retrancas, acompanhadas de ilustrações ou tabelas. Em *O Globo*, para discutir as medidas, optou-se frequentemente pela publicação de matérias formadas por um texto de abertura, seguido de tópicos numerados com explicações detalhadas sobre as mudanças.

Observa-se, nessa cobertura, a ênfase, por parte dos jornais, na publicação praticamente diária de gráficos para ilustrar aumentos do custo de vida e da inflação. Mas essa ênfase em ilustrar os números não era apenas um recurso para ilustrar de forma didática a notícia de economia. Servia também para demonstrar a ascensão da tão temida inflação para o leitor. Era uma forma de retratar o clima de insegurança com relação aos resultados do Plano Cruzado.

Apesar da fragmentação da abordagem e também do uso de recursos como tabelas e ilustrações, as páginas dos jornais, do ponto de vista gráfico, ainda mantinham um aspecto sisudo, pois continham mais textos que imagens.

No que diz respeito ao jornalismo opinativo, os jornais se posicionaram de forma crítica durante o período de lançamento do plano, insistindo enfaticamente, nos editoriais, que era preciso o governo tomar medidas as quais ajudassem a salvar o Cruzado. Criticaram a “retórica triunfalista” do governo, no período pós Cruzado, e cobraram do presidente novos rumos para o país. Também pediram maior transparência na explicação das medidas.

Mas o Plano Cruzado II teve uma vida curta. As *causas mortis* desse segundo pacote pós-redemocratização foram registradas por historiadores, economistas e pesquisadores. Segundo o jornalista Carlos Sardenberg (1986, p. 348), o Cruzado II agiu espalhando sua devastação: “destinado a estabilizar a economia, provocava, ao contrário, ondas de aumento de preços. Começou a grande remarcação, tal era o resumo de toda a imprensa. E isso indicava que o pacote fora entendido exatamente ao inverso do que pretendia o governo”.

O Plano Cruzado II provocou um aumento generalizado de preços. Bebidas, por exemplo, subiram 100%; automóveis, 80%; combustíveis, 60,16%. A inflação disparou e a população perdeu a confiança no governo. Cinco meses após sua edição, o ministro da Fazenda, Dílson Funaro, foi substituído por Luís Carlos Bresser Pereira (SKIDMORE, 2003, p. 272-273).

Havia problemas também na frente do balanço de pagamentos. A taxa cambial, oficialmente congelada, estava se tornando cada vez mais sobrevalorizada, com as importações sendo favorecidas e as exportações desencorajadas. O sinal inequívoco de pânico veio em fevereiro de 1987, quando, com

as reservas cambiais estrangeiras caindo rapidamente, Funaro suspendeu os pagamentos dos juros da dívida externa aos bancos privados. Era a moratória unilateral que os ministros da Fazenda brasileiros há tanto tempo evitavam. Foi também o último gesto populista de Funaro, que estava lutando contra um câncer terminal (SKIDMORE, 2003, p. 272-273).

Em 1987, o Plano Cruzado havia se tornado apenas outro plano de estabilização fracassado. Apesar do apoio popular, acabou entrando em crise por diversos fatores. Entre os elementos técnicos, para o professor de economia Mário Henrique Simonsen (1986 e 1986a), o problema era que o déficit público não estava sob controle e os preços não estavam alinhados na velha moeda, o que é totalmente impossível de ocorrer, por definição, em uma economia com altas taxas de inflação. Portanto, o congelamento — a passagem abrupta da velha para a nova moeda — apenas cristalizou essa mesma situação na nova moeda. Isso, somado ao crescimento da demanda — que implicou, em muitos setores, o esgotamento da capacidade produtiva instalada —, levou ao desabastecimento, à fuga do congelamento e ao surgimento do “ágio” nos preços.

O economista Luiz Filgueiras (2000, p. 82) afirma que a questão fundamental que fulminou o Plano Cruzado foi a situação internacional desfavorável, cujos mercados financeiros permaneciam com baixa liquidez, em particular no que se refere ao acesso de países como o Brasil a novos empréstimos.

Na visão do cientista político e social Antonio Carlos Mazzeo (1995, p. 62), o plano acabou entrando em crise pelos elementos técnicos da sua implantação e, principalmente, os

elementos políticos. No que se refere às questões técnicas, ele diz que elas constituíram um aspecto secundário, apesar de terem sido importantes:

Não podemos deixar de considerar que o congelamento dos preços determinou um acelerado crescimento do consumo, na medida em que os salários adquirem um grande poder de compra. Muitas mercadorias desaparecem do mercado, como a carne e os automóveis, e, com o escasseamento desses produtos, surge o ágio como medida especulativa. Além disso, os inimigos do plano, como os especuladores e os banqueiros, passam a agir solapando permanentemente as metas governamentais. Outro aspecto relevante foi o próprio despreparo da população (principalmente os estratos da classe média) em viver numa economia com baixa inflação. As pessoas continuam fazendo estoques de tudo, como no passado, quando a desvalorização monetária chegava à casa dos 16% ao mês. Esse elemento contribuiu decisivamente para a desarticulação do Plano Cruzado e, principalmente, para as ações especulativas (MAZZEO, 1995, p. 62-63).

A questão central para o fracasso do Plano Cruzado, segundo ele destaca, “reside no campo das injunções políticas”. Se, de um lado, o pacote era defendido nas ruas pelo povo mobilizado, de outro, era torpedeado pelos setores da burguesia que mais perdiam com o fim da ciranda financeira — os banqueiros e grande parte dos empresários vinculados à circulação de mercadorias, isto é, os comerciantes.

O movimento popular e, particularmente, os partidos de esquerda não conseguiram dar ao Plano Cruzado os parâmetros necessários para seu ajuste e aprofundamento, na medida em que não articularam uma ação parlamentar e de opinião pública eficiente, que propiciasse alterações estruturais na política fiscal, introduzindo modificações significativas na distribuição de renda e no saneamento organizativo e financeiro dos investimentos públicos. Também não foi alterada a política de prioridades de investimentos, que continuaram a ser canalizados para bens de consumo.

Efetivamente, na visão de Mazzeo, o governo Sarney não teve pulso nem vontade política para implementar radicais reformas que permitiriam a sobrevivência do Plano Cruzado, pois tal decisão implicaria necessariamente o enfrentamento com poderosos grupos econômicos e empresariais e, conseqüentemente, o fortalecimento das posições do campo democrático-popular.

Skidmore compartilha da visão de que os fatores políticos acabaram se sobrepondo aos técnicos e que isso levou à irreparável derrocada do Plano Cruzado:

Nunca saberemos ao certo, é claro, mas há um consenso razoável entre os especialistas de que, se os políticos não tivessem vencido os tecnocratas — se Sarney tivesse acionado o freio na economia no momento certo —, o Plano Cruzado teria tido uma boa oportunidade de vencer a inflação e colocar o Brasil num via estável decrescimento (SKIDMORE, 1998, p. 273).

Mas, nos últimos dois anos da gestão de Sarney, a economia foi saindo cada vez mais de controle, com a inflação, em 1988, alcançando o índice de 1.038%. De acordo com Skidmore, os brasileiros sempre (desde a Segunda Guerra Mundial) viveram com taxas de inflação que pareciam inimagináveis aos norte-americanos, mas nunca tão elevadas como aquelas da época. Uma pesquisa de opinião pública, em meados de janeiro de 1989, nas regiões metropolitanas do Rio e de São Paulo, registrava uma proporção de 70% de “não confiança” no presidente. A questão óbvia era: como o Brasil seria capaz de claudicar até que um novo presidente fosse empossado em março de 1990?

O fim do Plano Cruzado trouxe de volta, e com maior força, a inflação, tornando mais grave o desequilíbrio distributivo, que resultou em hiperinflação crônica⁷¹. Depois dessa experiência, outros planos foram colocados em prática, ainda dentro do governo Sarney: Bresser, Cruzado Novo ou Verão (I e II).

Ao fazer um balanço sobre seus anos de governo, em 2005, Sarney disse que seu pior momento como presidente foi quando fez o Plano Cruzado II:

Fui o melhor presidente quando presidi a transição democrática. Consegui realizar essa passagem e, ao mesmo tempo, me legitimar no governo. Nesse ponto, fui o melhor presidente, porque, num período difícil da história do Brasil, criei uma sociedade

⁷¹ É um caso especial de inflação galopante, em que os preços aumentam tanto que as pessoas não procuram reter dinheiro, mesmo por poucos dias, em razão da rapidez com que diminui seu poder de compra. Cai assim a confiança dos agentes econômicos na estabilidade da moeda. Isso provoca um aumento na velocidade de circulação da moeda e acelera ainda mais o aumento de preços (SANDRONI, 2005, p. 398).

democrática. Fui o pior presidente quando fiz o segundo Plano Cruzado. Naquele dia, fui o pior presidente porque tomei a pior decisão entre as opções que me deram. Os técnicos estavam lá, mas o presidente é que toma a decisão. A minha escolha foi a pior que existia. O Plano Cruzado II foi uma tragédia. Paguei caro por ele. O país também⁷².

A popularidade de Sarney atingiu o auge no Plano Cruzado, que congelou os preços para combater a inflação. Mas o Cruzado II, baixado dias depois das eleições de novembro de 1986, aumentou preços, tarifas e impostos. Sarney apontou quatro principais erros desse segundo pacote:

O momento foi errado, logo depois da eleição. Segundo, a opção de aumentar os impostos, por achar que os produtos afetados eram da elite e não se comunicariam às populações mais pobres, foi um erro também crasso. Em terceiro lugar, a solução mais correta seria a que o ministro João Sayad estava pleiteando — a de aumentarmos o imposto de renda, em vez de entrarmos num imposto sobre o consumo. Quarto erro: eu deveria ter administrado as reservas de uma maneira que se pudesse negociar a nível internacional para fugir da moratória.

Sarney avalia que, apesar do fracasso dos planos, fez a restauração de instituições e ajudou a construir, no Brasil, uma sociedade democrática:

⁷² Entrevista de José Sarney ao jornalista Geneton Moraes Neto para o programa *Fantástico*, da *Rede Globo*, em 2005, e registrada na íntegra no livro *Dossiê Brasília: os segredos do presidente* (2005).

Os historiadores do futuro vão ver. Primeiro, o Plano Cruzado teve um aspecto político. Todo mundo se sentiu ‘fiscal do Sarney’, porque era cidadão, participava, fechava supermercado. Descobriu-se a cidadania naquele momento. Criaram-se sociedades, houve liberdade, sindicatos livres — que não existiam. Isso se derramou na sociedade como um todo. Todo mundo passou a ter direitos: o consumidor, as minorias, a mulher, os negros. São coisas que nasceram e floresceram nesse período. Como estamos muito próximos, não vamos enxergar, mas quem chegar daqui a 50 anos vai detectar, naquele período, um tempo em que a sociedade brasileira mudou.

Apesar das turbulências na economia, dados oficiais relativos a 1986 mostram que o PIB apresentou um aumento de 39 bilhões sobre o de 1985. A renda *per capita* era de US\$ 1635 e o crescimento da economia se mantinha em um ritmo entre 6% e 8%.

Em 1987, com 141 milhões de habitantes (crescimento anual em torno de 2%), o país voltou a enfrentar dificuldades econômicas e sociais, determinadas pelas disparidades regionais, uma economia em crise e moratórias da dívida externa. O governo Sarney, então, teve de buscar novas tentativas de estabilização da economia, que são o tema das seções que se seguem.

4.2 A tentativa de Bresser

No primeiro semestre de 1987, foi lançado o Plano Bresser ou Novo Plano Cruzado (Lei nº 2.335/87, de 12 de

junho de 1987), elaborado pelo ministro Luís Carlos Bresser Pereira para tentar debelar o processo inflacionário. Ele incorporava as características consideradas positivas do Plano Cruzado, mas com algumas modificações para evitar seus pontos negativos⁷³.

O novo choque era fundamentalmente heterodoxo, mas incorporava alguns elementos ortodoxos. As medidas mais importantes foram: congelamento geral de preços e salários por um prazo de 90 dias; após essa primeira fase de congelamento, o plano previa uma fase de flexibilização de preços com reajustes de preços e salários, a fim de corrigir eventuais desequilíbrios herdados da fase anterior.

Depois dos ajustes da flexibilização, estabelecia a liberação de preços, que passariam a ser definidos pelas forças do mercado e um novo indexador, a Unidade de Referência de

⁷³ A equipe que elaborou o Plano Bresser foi composta pelos seguintes membros (a maioria economistas com mestrado e doutorado na área), segundo a matéria “Bresser Pereira implanta projeto com equipe unida”, publicada em *O Globo* do dia 28 de julho de 1987: Yoshiaki Nakano (assessor do ministro da Fazenda e um dos pais do plano); Fernando Milliet (presidente do BC); Fernão Carlos Bracher (formado em Direito e assessor do Ministério da Fazenda); Mailson da Nóbrega (secretário-geral do ministro); Francisco Lopes (elaborador dos planos Cruzado e Bresser); Adroaldo Moura (professor da USP e diretor da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - Fipe); André Sandro Calabi (secretário do Tesouro Nacional); Antônio de Mesquita (secretário da Receita Federal); Eduardo de Freitas (diretor do BC); Antônio de Pádua Seixas (diretor do BC); Pérsio Árida (colaborador do Plano Bresser); Júlio Colombi Neto (chefe da Secretaria Especial de Controle das Empresas Estatais - Sest); Gilda Portugal Gouveia (socióloga e representante do Ministério da Fazenda em São Paulo); Robert Nicol (assessor especial do ministro da Fazenda); Geraldo Gardenalli (assessor do ministro da Fazenda); Akimar Ribeiro Moura (prof. Da FGV); Luiz Aranha do Lago (diretor do BC); e Fernando Dall’Acqua (prof. da FGV e assessor do ministro).

Preços (URP), que reajustaria os salários e determinaria os tetos para os reajustes de preços.

O choque também adotava uma política monetária e fiscal rigorosa, com a intenção de reduzir o déficit público e impedir um crescimento explosivo da demanda, como acontecera durante os primeiros meses do Plano Cruzado (SANDRONI, 2005, p. 648-649).

Deve-se destacar que o Plano Bresser, ao contrário do Cruzado, já encontrou a economia em processo de desaceleração e procurou conservar esse estado de coisas (para evitar expansão da demanda e o malogro do congelamento), por meio da redução dos salários reais, assim como de uma manutenção em níveis elevados das taxas de juro e de uma elevação real da taxa cambial.

Nas páginas dos jornais pesquisados, a cobertura do mês de lançamento do Plano Bresser foi marcada pelo ceticismo e, por parte da população, também por insegurança e medo. Ao contrário do clima de entusiasmo verificado na primeira edição do Plano Cruzado, já reduzido no Cruzado II, nesse terceiro programa até o “pai da criança”, o ministro da Fazenda Luís Carlos Bresser Pereira, foi cauteloso ao falar sobre ele.

Como nos dois planos anteriores, os jornais criaram selos para marcar a cobertura jornalística sobre o assunto. A *Folha* usou “Novo choque” e *O Globo*, “Novo Cruzado — as mudanças na economia”.

Na primeira semana do mês de junho, rumores movimentaram o mercado — e a pauta do jornalismo de economia — sobre a possibilidade de ocorrer um novo choque. Na *Folha*

do dia 12 de junho de 1987, por exemplo, isso está demonstrado na matéria *Rumor de choque gera altas nas bolsas*. A possibilidade de um novo congelamento foi inicialmente descartada pelo governo, na véspera do anúncio oficial das medidas do chamado “programa de consistência macroeconômica”, que, ao contrário, apresentou justamente uma proposta desse tipo, mas por um período determinado (três meses).

A inflação continuou sendo o inimigo a ser combatido. Esse era o terceiro plano econômico do mandato do presidente Sarney e foi citado como uma tentativa de o governo recuperar sua credibilidade. A cobertura jornalística demonstrou o tom moderado com que esse “novo” programa foi tratado pelas fontes oficiais.

O presidente Sarney recorreu à TV e ao rádio para explicar o Plano Bresser, o tachou de “exequível e austero” e acrescentou que o governo havia adquirido experiência com os programas anteriores. Ele conclamou, mais uma vez, o povo a apoiar as medidas. Os jornais impressos registraram a íntegra das declarações do presidente e do ministro da Fazenda, como ocorrera nos dois momentos anteriores de anúncios de pacotes.

O ceticismo das fontes — técnicas, políticas e da população — e o clima de insegurança foram mostrados na cobertura jornalística. A título de exemplo, a *Folha* de 21 de junho de 1987 trouxe a reportagem *Empobrecida, classe média não tem ilusões com o choque*, que mostrou o desânimo de consumidores, inclusive dos que antes se intitulavam “fiscais do Sarney”.

Como ocorreu durante os outros planos, a repercussão ocupou as editorias de economia e de política. Nessa mesma

edição de 21 de junho, por exemplo, a *Folha* trouxe a matéria *Plano Bresser, sem apoio, deixa políticos em cima do muro*, para abordar as implicações políticas que o eventual fracasso do pacote traria ao governo e, em especial, ao ministro Bresser e ao presidente Sarney.

A cobertura jornalística de repercussão com as diferentes esferas da sociedade, nas páginas dos jornais, enfatizou bastante a questão de como ficariam os salários e utilizou gráficos e tabelas para demonstrar as alterações. Como haviam sido largamente adotados nas coberturas dos dois planos anteriores, recursos como gráficos e tabelas ajudavam a tornar mais didáticas as explicações sobre as mudanças e foram incorporados como parte da cobertura da editoria de economia nos jornais pesquisados.

Com o Plano Bresser, a economia se manteve em um crescimento muito pequeno e a tentativa de reajustar os preços do setor público trouxe novas pressões inflacionárias, que foram aceleradas pelos reajustes mensais de preços e salários, oficializados nesse pacote. A perspectiva de um novo congelamento na economia fez com que esses preços tendessem a se elevar mais ainda e a escalada inflacionária do final de 1987 levou não apenas à substituição de Luiz Carlos Bresser Pereira, mas também à volta dos princípios ortodoxos, isto é, monetários, para o combate do processo inflacionário (SANDRONI, 2005, p. 648-649).

Bresser, ao analisar, no início deste século, a esfera da economia no Brasil pós-redemocratização, disse que faltou o apoio da população para ajudar a dar certo o plano que elaborou e que os aspectos políticos também o teriam prejudicado:

No plano econômico, a democratização foi acompanhada, como já acontecera em 1945, por um ciclo populista que teve na execução do Plano Cruzado, em 1986, seu auge. Os dois partidos que comandaram a transição eram democráticos, mas populistas. Não tinham, como a sociedade brasileira também não, a noção da gravidade da crise fiscal — mais do que isso, da crise do Estado — que o país estava atravessando desde que se desencadeara a crise da dívida externa. Havia, ainda, uma espécie de euforia democrático-populista, uma ideia de que seria possível voltar aos anos dourados da democracia e do desenvolvimento brasileiro que foi a década de 1950. O Plano Cruzado, concebido com competência a partir da teoria inercial da inflação, foi deturpado de forma grosseiramente populista, e produziu durante um ano uma falsa prosperidade. Após seu fracasso, houve uma tentativa de ajuste fiscal, iniciada durante minha rápida passagem pelo Ministério da Fazenda (1987), a qual, entretanto, não contou com o apoio necessário da sociedade brasileira, que testemunhou perplexa, a crise do regime pelo qual tanto almejava. Em vez do ajuste e da reforma, o país, sob a égide de uma coalizão política no Congresso — o Centrão —, mergulhou em 1988 e 1989 em um regime de descontrole da política econômica que, dada a crise fiscal existente, o levou à hiperinflação no início de 1990 (PEREIRA, 2001, p. 242-243).

A jornalista Miriam Leitão lembra-se de sua experiência como editora de economia durante o Plano Bresser. Ela tinha se mudado de São Paulo para o Rio de Janeiro a fim de trabalhar

no *Jornal do Brasil*, onde ficou de 1985 a 1990, e foi chamada para assumir o cargo depois do Plano Cruzado:

Então, em 1987, quando teve o Plano Bresser, eu percebi isso e montei uma mesa de atendimentos. Aquele momento era um momento de emergência. Você não podia ficar discutindo filosofia, como vamos resolver o problema do crescimento econômico, não. Você tinha um incêndio na casa, então você não podia ficar discutindo como reformar a sala. Você tinha de cobrir o incêndio. Então, eu botei uma mesinha de gente que ficava no telefone o dia inteiro para contar o caso das pessoas. E aqueles casos das pessoas comuns a gente transformava em pauta. Às vezes, a gente ligava para o Ministério da Fazenda para saber como é que resolvia o problema daquela pessoa que estava com uma dívida de três meses atrasada, ela aplicava a tablita ou não aplicava, sabe? Então, eram várias as situações que surgiam assim. As pessoas tinham as mais variadas histórias. E, às vezes, a gente ligava para o Ministério da Fazenda e as pessoas respondiam assim: 'Eu não pensei nisso ainda.' Então, a realidade tinha muito mais situações do que os elaboradores do plano tinham previsto. Então, a gente acabava sendo o elo entre todo mundo com todo o tipo de rolos, de dificuldades, com o grupo do Ministério da Fazenda, que ficava alterando a vida de todo mundo.

Durante o plano econômico, os jornalistas, portanto, partiam das demandas dos leitores, que ligavam para reclamar e acabavam gerando pautas na editoria de economia. Diferentemente do que ocorrera no Plano Cruzado, em que a população

incorporou o papel de “fiscais do Sarney”, no Plano Bresser os jornalistas, muitas vezes, assumiam esse papel, conforme relato de Miriam Leitão:

O plano econômico caía como um pacote na cabeça das pessoas. Você precisava ver como chegava à redação para a gente. No Plano Bresser, uma vez eu disse: ‘Meu Deus, eu vou afundar aqui.’ Na minha mesa, estava aquela montanha de papel e eu não conseguia entender aquilo. A informação vinha de todos os lados e vinha com boato também. Agora, a caderneta de poupança vai ter isso, o salário vai ser convertido, assim, pela média ou pelo pico? O que isso significava para cada categoria? Cada categoria tinha um mês de vencimento. Então, eles faziam um vetor de conversão de salários que iam alterando ao longo do tempo. [...] Às vezes, se perdia salário na conversão, mas perda de salário real, então você tinha de fazer um cálculo complexo. Então, eu peguei minha subeditora e falei: você vai pegar toda a tablita do governo e refazer a tablita todinha para ver se está certo. Ela, a Cristina Calmon, encontrou um erro na tablita do Plano Bresser. Você vai ouvir os grandes economistas para ver se está certo ou está errado. Você vai ouvir o Mário Henrique Simonsen. Tudo era assim, tipo guerra, numa emergência grande. O Plano caiu na cabeça da gente numa sexta-feira, porque ficava assim boato, boato, boato e de repente ele caía na cabeça da gente. E você tinha de destrinchar todas aquelas medidas provisórias, aqueles decretos, aquelas mudanças de todas as regras: como é que você paga a casa própria, quanto será remunerada sua caderneta de poupança, como você vai pagar suas dúvidas, como você paga as contas públicas, tinham várias exceções, não era simples.

Ao assumirem a função de “fiscal”, os jornalistas também legitimavam o seu próprio papel de mediadores entre a população e o público. Também estavam construindo uma “legitimidade da fala”, uma “autoridade simbólica”. Nessa cobertura, eles atuavam como catalisadores dos boatos e tinham a dificuldade de filtrar as informações que chegavam à redação e desenvolver um jornalismo de utilidade pública, segundo acrescentou Miriam Leitão:

Depois do primeiro plano, os supermercados faziam elevação de preços preventivos. Então, uma das técnicas que a gente desenvolveu era: assim que começava a circular o primeiro boato, e o governo negava sempre, eu colocava uma pessoa para cuidar do abastecimento. Você vai todo dia ao supermercado, vai a vários supermercados, você vai anotar o preço de tudo, todos os dias. Porque na hora em que vinha o plano, os supermercados fechavam no fim do dia e trabalhavam a noite inteira, remarcando tudo. Quando abriam, eles diziam: olha, estava assim. Está congelado como estava. E a gente conseguiu provar algumas vezes que houve aumento. Isso é que eu chamo de utilidade pública. A gente tinha de fazer esse tipo de jornalismo do dia a dia mesmo, do arroz com feijão. Por outro lado, você tinha de entender a macroeconomia, entender o que era aquele plano, se ele tinha chance de dar certo ou não.

Ao falar sobre como foi a cobertura, Miriam Leitão está simultaneamente falando sobre o que é (ou deve ser) o próprio jornalismo, em sua visão. Ela está construindo uma imagem sobre a profissão, reforçando certos valores do campo.

A cobertura do dia a dia dos planos econômicos e a inflação provocaram uma ampliação da cobertura de economia e de pautas que não eram cobertas durante o regime militar:

O que é que era a ditadura? Você tinha inflação, mas não tinha nenhum plano assim destrambelhado. Tivemos dois momentos de surpresa, que foram as desvalorizações do Delfim, em 1982, quando o Brasil quebrou. Depois disso, a gente só teve planos econômicos após a redemocratização. Foi a democracia tentando acabar com uma herança maldita que tinha recebido, que era uma inflação alta e indexada. Porque não era só uma inflação alta, mas com indexação, que ia encurtando e, quanto mais encurtava a indexação, maior era a inflação. Era uma doença que trazia em si mesma o vírus de sua reprodução. [...] Se tivesse um choque de oferta, teve uma quebra de safra, os alimentos subiam, aí a gasolina subia, porque os alimentos tinham subido. Nada tinha a ver uma coisa com a outra. Aí o preço do álcool subia, porque o preço do arroz tinha subido. Mas as coisas subiam porque subiam. Porque nada baixava nunca. Então, você tinha de entender tudo isso. [...] Você tinha de entender tanto o lado social e político da inflação quanto tinha de entender como é que lá na ponta a inflação se formava para você poder lutar contra isso.

Na continuação da cobertura de emergência dos planos econômicos, o que se observa é a ênfase do jornalista em oferecer uma notícia de utilidade pública. Na editoria de economia, ganham prestígio os profissionais que têm capacidade de traduzir rapidamente as medidas dos planos.

A história, de certa forma, se repetiu. O Plano Bresser também não resistiu por muito tempo, e o ministro da Fazenda, Bresser Pereira, acabou sendo substituído por outro economista, Maílson Ferreira da Nóbrega. Na ausência da definição de instrumentos efetivos de controle sobre os preços, o programa tornou-se insustentável, segundo registram as historiadoras Sônia Regina de Mendonça e Virgínia Maria Fontes (1994, p. 82).

Em janeiro de 1988, Maílson da Nóbrega deu início à chamada política “feijão com arroz”, com modestos propósitos e metodologias. Visava apenas a estabilizar a inflação em torno de 15% ao mês e reduzir o déficit público mediante o corte dos incentivos fiscais e a suspensão do pagamento da URP ao funcionalismo.

A política simplista dependia largamente das flutuações conjunturais. Assim, a decretação da moratória dos juros do serviço da dívida externa possibilitava, por um lado, um curto fôlego para a asfixiada economia brasileira. Por outro lado, a promulgação da nova Constituição retirava do poder central uma parcela expressiva dos recursos. Resgataram-se, para o Congresso, tímidas prerrogativas de política econômica, acrescendo-se um complicador ao ajuste fiscal pretendido. Uma maior quantidade da receita federal ficava comprometida com os estados e municípios.

A Constituição de 1988, a oitava do país, consolidou valores democráticos e avançou na definição e na proteção dos direitos sociais, coletivos e individuais. Manteve o estado como República presidencialista e federativa e inovou com a incorporação das emendas populares como instrumento de ação política direta da sociedade civil organizada.

As primeiras páginas dos jornais daquela primeira semana de outubro de 1988 abordaram a promulgação da Carta. Na *Folha* do dia 5, a ênfase da manchete era que, com a Constituição, terminava a fase de transição para a democracia. Na capa de *O Globo* do dia 6, houve destaque também para a reivindicação, nessa data, de oito governadores de estados, por uma política econômica de emergência para combater a inflação.

Mendonça e Fontes (1994, p. 83) ressaltam que o “feijão com arroz” desembocou na “ingovernabilidade”. A crise econômica chegou a tal ponto que, em fins de 1988, estabeleceu-se acordo inédito entre governo, empresários e trabalhadores — assumido apenas pela CGT e não pela CUT: o chamado Pacto Social, que tentou criar um redutor para a prefixação dos reajustes de preços nos dois últimos meses do ano. Frágil e temporário, o pacto logo se desfez e a resposta do governo foi um novo plano.

4.3 O Plano Cruzado Novo (ou Verão I e II)

Anunciado em 15 de janeiro de 1989, o Plano Cruzado Novo ou Verão foi o quarto choque econômico e a segunda reforma monetária do governo Sarney. Elaborado sob a supervisão dos ministros Maílson da Nóbrega (Fazenda), João Baptista Abreu (Planejamento), Dorothea Werneck (Trabalho) e Ronaldo Costa Couto (Casa Civil), o Plano Verão teve a mesma concepção dos pacotes anti-inflacionários aplicados anteriormente no Brasil e em outros países.

Estabelecido por meio do recurso constitucional da medida provisória, e dependente de posterior aprovação do Congresso (Lei nº 7.730/89, de 31 de janeiro de 1989), esse plano teve as seguintes medidas: o congelamento dos preços com prazo indefinido; extinção da OTN e da URP; criação do “cruzado novo” (valendo mil cruzados antigos); e desvalorização do câmbio em 16,3805%. A partir daí, o câmbio ficou congelado até segunda ordem, o dólar norte-americano passou a valer 1 cruzado novo, e o dólar turismo teve suas cotações fixadas pelo mercado (SANDRONI, 2005, p. 656-657).

Para entender a conversão: ao fazê-la, era necessário transformar valores expressos em cruzados (Cz\$) em cruzados novos (NCz\$), cortando três zeros ou dividindo por mil. Por exemplo: Cz\$ 10.000.000,00 passavam a valer NCz\$ 10.000,00⁷⁴. O preço de um carro, por exemplo, é ilustrativo do poder de compra da nova moeda: o Chevette SL 1.6 a álcool, o automóvel brasileiro mais barato na época, custava NCz\$ 8.460,66⁷⁵.

O choque determinou a suspensão do processo de indexação da economia (correção monetária). Os gastos da administração federal, geradores de déficit público, foram limitados pelo governo ao montante da arrecadação de cada órgão.

Nas páginas dos jornais, a cobertura do Plano Verão começou antes de seu anúncio oficial, no dia 15 de janeiro de

⁷⁴ “Entenda a conversão”, tabela publicada em *O Globo*, na “Cartilha do Cruzado Novo” (Economia, p. 23), em 17 de janeiro de 1989.

⁷⁵ “Carro mais barato custa NCZ\$ 8.460”, *O Globo* (Economia, p. 22), em 19 de janeiro de 1989.

1989, pelo presidente Sarney. Após os choques anteriores, a imprensa estava muito mais atenta às movimentações em torno da economia e o preparo das medidas do chamado “choque verão” virou pauta diária dos jornais.

A obsessão em torno de um problema que persistia — o processo inflacionário — continuava alimentando o noticiário. Discutia-se agora que a inflação teria passado por uma mudança ao longo dos anos 1980. “Ela teria deixado de ser preponderantemente inercial para ganhar mecanismos endógenos (internos) de aceleração contínua”, como afirmou o economista Yoskiaki Nakano (que havia sido secretário especial para Assuntos Econômicos do Ministério da Fazenda na gestão de Bresser), na matéria da *Folha* daquele 1º de janeiro de 1989, assinada pelo jornalista João Carlos Oliveira. Um desses fatores endógenos foi chamado de “pacto pró-inflacionário”, que seria “firmado entre os grandes sindicatos de trabalhadores e inúmeras poderosas empresas”⁷⁶.

Às vésperas de mais um plano, a cobertura dos jornais pesquisados foi desenvolvida tendo como ponto de referência comparações com os pacotes anteriores. A rememoração era sempre feita para contextualizar a notícia. O jornalismo, como narrativa dos acontecimentos diários, tem esse papel de contextualizar e trazer à memória dos leitores informações relacionadas com o fato abordado.

A discussão sobre as medidas ocupou grande parte das primeiras páginas dos jornais no primeiro mês de 1989. Um

⁷⁶ “Natureza do processo inflacionário muda a partir de 84”, matéria da *Folha* (Economia, p. B-15), de 1º de janeiro de 1989.

traço da cobertura dessa época foi a publicação do editorial na capa de algumas edições. *O Globo* do dia 7 de janeiro, por exemplo, trouxe, ao lado da manchete “Fim da URP ainda causa impasse”, um texto opinativo com o título *Momento decisivo*. A discussão era sobre a necessidade de implementar medidas que trouxessem resultados para a economia do país.

Na sexta-feira, 13 de janeiro, os dois jornais publicaram sua opinião nas primeiras páginas, ao lado das manchetes econômicas. *O Globo* trouxe a manchete “Correção monetária pode acabar”, com o texto opinativo “Monstrengo totalitário”, no qual fez uma crítica ferrenha ao projeto do governo que puniria abusos do poder econômico. Já a *Folha* da mesma data trouxe em destaque *Brasil apresenta “choque verão” a credores* e o editorial *Máxima ousadia contra a hiperinflação*. O diário paulista se posicionava também pedindo a adoção de medidas duras e de cortes de despesas públicas para combater o maior problema do país no momento. O medo era de que houvesse “uma corrida hiperinflacionária”.

Depois da cobertura jornalística eufórica do Cruzado I, seguida de coberturas mais cautelosas durante o Cruzado II e o Bresser, a imprensa cobrou do governo, de forma enfática, a questão da tomada de medidas que trouxessem algum resultado no Plano Cruzado Novo ou Verão. Depois das experiências anteriores, os jornais criticavam o presidente Sarney e deixaram isso bem claro nos editoriais publicados antes e depois do anúncio oficial do programa, tanto nas capas quanto nas páginas de opinião.

Pode-se imaginar que, às vésperas do anúncio oficial, os jornais teriam colocado os editoriais na capa como uma forma de pressionar o governo e a opinião pública sobre o assunto.

Ao longo da existência da *Folha* e de *O Globo*, ao percorrer as edições que esses periódicos elegem como as mais importantes publicadas no século XX⁷⁷, verifica-se que o editorial apareceu na capa para criticar ou enfatizar o registro de acontecimentos de peso na história do país. A presença da opinião na primeira página, separada da informação, ocorreu, principalmente, a partir dos anos 1950, período em que se registrou a adoção do chamado jornalismo informativo na imprensa brasileira, conforme citado no capítulo anterior. Durante o período do regime militar, os editoriais acabaram perdendo destaque nas capas dos jornais em função da ação repressora.

Naquele janeiro de 1989, às vésperas do quarto choque econômico do período pós-redemocratização, o momento foi considerado de extrema importância pelos jornais, que publicaram suas opiniões nas primeiras páginas. Afinal, o país estava na iminência de uma crise hiperinflacionária, como o próprio presidente ressaltou no discurso de anúncio do plano no domingo 15. Ele afirmou que o Brasil estava às vésperas de uma hiperinflação, “que poderia em pouco tempo subir dos 1000% para até 1.500% ano”, conforme reproduziu *O Globo*.

Na edição do dia seguinte ao anúncio, a segunda-feira, 16, os jornais deram destaque às medidas propriamente ditas,

⁷⁷ Foram observadas as capas da *Folha*, publicadas entre 1921 e 2000, registradas no livro *Primeira Página da Folha de S. Paulo* (2000) e as do jornal carioca, entre 1925 e 2005, da edição comemorativa *Primeiras Páginas - 80 anos de História nas Manchetes do Globo* (2005).

nas primeiras páginas, com textos informativos e tabelas. Nessa data, a *Folha* colocou, na primeira página da editoria de economia, abaixo dos textos informativos, um opinativo com o título *Sarney apela ao egoísmo como último recurso*, para analisar o discurso feito pelo presidente no domingo. Nesse texto, assinado pelo jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, na época diretor-adjunto da Redação, a *Folha* ressaltou que o prestígio do presidente andava baixo e que o discurso de 35 minutos pela TV havia sido longo demais:

No Plano Cruzado, num lance genial de oratória, criou de improviso a imagem do 'fiscal do presidente'. Ontem, ao anunciar na TV o 'choque verão', preferiu apelar ao egoísmo humano: 'Você não é fiscal de ninguém, você é fiscal de você mesmo, do seu salário, do seu suor'. [...] O final de exagerado otimismo soou artificial diante do quadro geral de extrema gravidade diagnosticado pelo próprio Sarney.

Na cobertura do Plano Cruzado Novo ou Verão II, houve uma valorização do jornalismo opinativo, com a publicação de editoriais na capa e também de análises ao lado dos textos informativos. Foi o momento de avanço dos recursos gráficos nos jornais pesquisados. As tabelas e gráficos foram incrementados e evoluíram, nessa época, para infográficos⁷⁸. A *Folha* da

⁷⁸ O termo vem do inglês *informational graphics* e o seu uso revolucionou o *layout* das páginas de jornais, revistas e sites. É uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser, sobretudo, atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço. Alima valorizaçerSeus ancestrais na imprensa são os primeiros desenhos informativos

data do anúncio oficial desse pacote, por exemplo, destacou um infográfico iluminista — de acordo com classificação proposta em um estudo sobre o assunto por Valdenise Schmitt (2006) — na primeira página, ao lado da manchete, para detalhar de forma simplificada as principais mudanças⁷⁹.

O infográfico ganhou mais espaço e passou a ser utilizado pelos periódicos brasileiros como um recurso de informação eficaz nos anos 1980. De acordo com o editor de arte de *O Globo*, Léo Tavejnhansky, que trabalha nessa área desse diário há mais de 20 anos, em meados da década de 1970, *O Globo*, como a maioria dos grandes jornais, já contava com profissionais especializados em gráficos e mapas e os departamentos de Arte começaram a ser estruturados. No entanto, apenas em 1980 a infografia passou a chamar grande atenção, com o lançamento, em 1982, do *USA Today*, que revolucionou o *design* dos jornais no mundo inteiro com seu uso da infografia e da cor:

A maior expansão da técnica, porém, aconteceu em 1985, com a chegada do Macintosh. A infografia deixou de ser artesanal, industrializou-se e se espalhou pelo mundo. Hoje, ela e suas derivações são fundamentais no bom jornalismo, quer em momentos em que apresentam a notícia de maneira

utilizados para contar histórias visualmente, publicados nas páginas dos jornais há aproximadamente 200 anos (CAIXETA, 2005, p. 1-8; SCHMITT, 2006, p. 21 e p. 36).

⁷⁹ O do tipo iluminista é aquele que apresenta textos acompanhados de pictogramas ou ícones. Trata-se da unidade visual determinada por um marco retangular, que apresenta conteúdos verbais e icônicos, mas o texto não segue os princípios de sequência discursiva única (PELTZER, 1991, apud SCHMITT, 2006, p. 27).

rápida e de fácil compreensão, quer elucidando acontecimentos intrincados, ou ainda aprofundando a informação com toques enciclopédicos. A verdade é que as pessoas entendem melhor certos fatos quando mostrados visualmente⁸⁰.

Massimo Gentile, editor de Arte da *Folha*, diz que esse recurso é tradicional na cultura do veículo “que foi o primeiro jornal brasileiro a usá-lo”, segundo ele. Fábio Marra, infografista desse diário paulista, lembra que os primeiros Macintosh com *softwares* gráficos só chegaram à redação no fim dos anos 1980 e que, até essa época, tudo era construído com habilidade manual, nanquim e letra set. Com os computadores, ficou mais fácil fazer⁸¹.

A orientação da *Folha de S. Paulo* para que se utilizassem recursos a fim de informar, de forma mais fácil, o leitor e a defesa de que foi pioneira nessa área estão registradas em seu *Projeto Editorial de 1988-1989*:

A primeira edição do Manual, de setembro de 1984, já dizia que ‘tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto’. Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa. Foi à custa de muito

⁸⁰ Entrevista de Léo Tavejnhansky a Rodrigo Caixeta em julho de 2005.

⁸¹ Entrevista de Fábio Marra a Rodrigo Caixeta em julho de 2005.

esforço que esses recursos se impuseram e hoje aparecem ao lado dos textos, em pé de igualdade com eles — mas ainda fracamente integrados a eles. Os recursos de arte não constituem apenas um complemento do texto; devem formar um todo com ele e a preocupação do arte-finalista com a reportagem deve ter por contrapartida uma idêntica preocupação do jornalista com o aproveitamento ao menos de parte das informações que ele apurou sob a forma de tabelas, quadros, gráficos etc. O restante da imprensa diária está, ainda, num estágio muito primitivo de confecção do seu material iconográfico.

Observa-se que o discurso do jornal nessa época não era só de destaque ao pioneirismo na valorização dos recursos gráficos na imprensa brasileira, mas também de que a *Folha* estava na frente dos outros jornais na qualidade deles.

Joseph Maria Serra (1998), citado por Schmitt (2006, p. 21), registra que o infografismo ou infografia só passou a ser reconhecido como gênero informativo em 1989. Em dezembro desse ano, Karl Tate, jornalista da *Associated Press*, escreveu na revista especializada *Design* que o *Usa Today* teria forçado os diários a pensar mais nos infográficos. Mais do que as novas tecnologias, o que impulsionou seu uso foi o fato de os editores terem passado a valorizá-los como auxiliares para contar histórias.

Nas notícias de economia dos dois jornais pesquisados, percebe-se uma evolução desse recurso a partir do Plano Verão, em janeiro de 1989. Na cobertura dos pacotes anteriores, predominava a publicação de tabelas com textos em tópicos

e de diagramas infográficos, que é um tipo mais simples de infografia (que apresenta uma combinação de diagrama e pictograma).

Na cobertura do “choque verão”, a *Folha* também aproveitou para fazer publicidade sobre o jornalismo que desenvolvia, em um texto de autorreferenciação na forma de matéria. Na editoria de economia de 16 de janeiro de 1989, como parte da cobertura jornalística sobre os impactos das medidas anunciadas pelo presidente no dia anterior, o jornal paulista trouxe a matéria: *Folha noticiou o congelamento cinco dias antes de ele acontecer*. Em cima da matéria, foram publicadas miniaturas de seis primeiras páginas do periódico nas quais se abordava a questão do plano econômico que ainda seria anunciado.

Nesse texto de autorreferenciação travestido de matéria jornalística, a *Folha* destacava, no *lead*, o fato de que o ministro Mailson da Nóbrega teria criado uma nova expressão no vocabulário da política econômica: “efeito *Folha*”. Isso, em função das consequências da manchete do jornal, em sua edição da terça, 11 de janeiro de 1989: *Congelamento é iminente: Seplan resiste*.

No texto de seis parágrafos, a *Folha* destacava o fato de ter antecipado a notícia do “choque verão” para seus leitores. Por quê? Essa estratégia demonstra uma forma de publicidade do desempenho do próprio jornal, por conseguir divulgar os fatos em primeira mão com relação aos seus concorrentes. Essa ênfase na sua competência está relacionada com uma preocupação de mercado e é um termômetro do cenário de concorrência que os periódicos enfrentavam naqueles idos da década de 1980.

O *Projeto Editorial da Folha de 1988-1989* — a quinta edição de um rol de normas elaborado em 1981 — registra essa preocupação:

As transformações no restante da imprensa diária e a concorrência permanente da televisão impõem um tipo de preocupação que não mais decorre, simplesmente, da necessidade de fazer um bom jornal — ideia que vai sendo absorvida pelos concorrentes — mas de corresponder, de fato, ao lugar de liderança obtido pela *Folha* até agora. A necessidade de investir no pluralismo, na preocupação com ser um jornal ágil e moderno, de fornecer informações precisas e confiáveis ao leitor foi-se tornando evidente e disseminando na imprensa brasileira. É sinal do sucesso do Projeto Editorial da *Folha*. Mas não é mais a garantia do sucesso para a *Folha* enquanto produto.

O cenário de concorrência é de guerra, como define o jornal paulista, no final, em seu *Projeto Editorial da Folha de 1988-1989*:

No setor da imprensa diária, a competição por prestígio, por mais anúncios e por mais leitores adquire uma característica feroz de guerra total: os jornais que se contentaram com a sua aura de tradição e elegância se veem subitamente ameaçados de extinção; outros, que demoraram a compreender o que se passava, se lançam agora a uma tentativa atabalhoada de recuperar o tempo e a posição que perderam, ainda que essa recuperação lhes custe a própria identidade. [...] O Projeto da Folha se

tornou, em poucos anos, patrimônio coletivo do jornalismo brasileiro.

Observa-se, no projeto editorial, não só uma autorreferência que explicita a questão concorrencial, mas também legitima o lugar simbólico e de distinção da *Folha*, a qual ressalta que a importância de seu projeto está para além dele mesmo, seria um “patrimônio coletivo”.

A consolidação de estratégias de *marketing* fez parte da lógica da *Folha* como conglomerado, segundo destaca Gisela Taschner em seu estudo sobre essa empresa:

A utilização da conjuntura política e econômica como elemento de cálculo fica visível, tanto se levarmos em conta a estratégia em relação aos produtos, quanto na definição das prioridades da empresa em cada momento. Assim, na crise de início dos anos 60, Frias e Caldeira formaram o conglomerado; no período da aceleração econômica, dos incentivos do governo e da escalada do autoritarismo, investiram mais na renovação dos equipamentos; na ‘abertura’, voltaram-se mais para as redações; na recessão do início dos anos 80, começaram a cuidar melhor do *marketing* e da publicidade, e assim por diante (TASCHNER, 1992, p. 159).

A empresa passou a investir em estratégias de *marketing* a partir da década de 1980, em uma época em que essa área ainda era algo relativamente novo no Brasil. Ela se desenvolveu originalmente nos países mais avançados, notadamente nos Estados Unidos, junto com o próprio capitalismo monopolista,

à medida que as práticas de concorrência manifestavam-se cada vez mais na publicidade e na medida em que, como mostra John Galbraith (1967), citado por Taschner (1992, p. 181-182), o alto investimento em tempo e dinheiro por parte das grandes empresas levava-as à necessidade de tentar reduzir as incertezas com relação ao mercado.

4.4 O ajuste no “choque verão”

Quatro meses depois de instituído o Plano Verão, o governo expediu normas de ajustamento a esse programa de estabilização econômica por meio da Lei nº 7.774, de 8 de junho de 1989.

Na cobertura de economia de maio e início de junho de 1989, as matérias sobre o fim do congelamento de alguns produtos, os aumentos de preços e a falta de produtos ocuparam bastante espaço nos jornais. Nesse período, a maioria das manchetes foi econômica, salvo algumas exceções em que a política ganhou destaque, em função das articulações para as eleições presidenciais que se realizariam naquele ano.

Diferentemente dos outros planos, o Verão II foi baixado, por meio de medida provisória, pelo presidente Sarney, ao longo do mês de maio — não houve um anúncio bombástico de choque, como nos outros pacotes, nos quais Sarney fez discursos em emissoras de rádio e TV —, e a cobertura diária dos jornais pesquisados acompanhou as mudanças para mostrar aos leitores as novidades que iam alterar o seu dia a dia.

O enfoque predominante, no entanto, foi mais de que o “choque verão” estava no fim, do que de que havia um “novo” conjunto de medidas econômicas que poderia ter resultado. Discutiu-se novamente se o país estava na iminência de uma hiperinflação⁸².

No dia 13 de maio de 1989, *O Globo* trouxe a manchete “Governo determina correção de contratos”, para explicar as mudanças da medida provisória nº 54, baixada no dia anterior por Sarney. A principal mudança era a indexação múltipla da economia, que deixava, para cada setor, a tarefa de procurar seu próprio indexador, que não fosse o Índice de Preços ao Consumidor (IPC). Nos textos, o jornal repetiu a fórmula da cobertura dos planos anteriores: retrancas acompanhadas por boxes com as explicações das principais mudanças determinadas pelo governo.

Nessa mesma data, a *Folha* trouxe a manchete “Governo acha que a economia está sobre o fio da navalha”. A discussão era de que o Brasil vivia uma situação de “equilíbrio estável”, como o ministro Máílson da Nóbrega definiu na época.

No dia 15 de maio, a *Folha* registrou a insatisfação da população, em uma matéria sobre uma pesquisa de opinião realizada após quatro meses do “choque verão”. Foram entrevistadas 1.050 pessoas, em São Paulo, e 755, no Rio de Janeiro, pelo Datafolha, em 11 de maio. O índice de desaprovação do plano foi de 66% e o percentual sobre a piora do nível de vida alcançou 60%.

⁸² A *Folha* de 9 de junho de 1989, por exemplo, publicou a matéria “Economistas creem em risco de hiperinflação” (Economia, p. B-4), na qual fez uma repercussão sobre o tema com os especialistas.

Nesse contexto, a discussão econômica invadiu outras editoriais, que não a de economia. Na *Folha* de 19 de maio, foi parar na editoria de *Cidades*, na qual a abordagem sobre a confusão gerada pelas notas em circulação chegou a ocupar uma página inteira. É que, nessa data, entrou em circulação a nota de NCZ\$ 100,00 e, com isso, três cédulas diferentes de cem, com valores específicos cada uma, passaram a confundir a cabeça de muita gente. A matéria registrava que havia, no país, 12 cédulas em circulação: algumas em cruzeiros, outras em cruzados e ainda algumas em cruzados novos.

Em *O Globo*, essa confusão gerada pelo dinheiro virou matéria no Segundo Caderno, no dia 20 de maio, com o antetítulo *A nova nota de NCz\$ começa a circular na cidade e confunde os cariocas na hora de pagar*; e título *A penúltima nota de 100*. A sub-retranca foi *Nas lojas, salve-se quem puder*.

No dia anterior, *O Globo* chegou a anunciar na capa que o governo estava preparando um novo pacote econômico para conter a expansão do consumo, mas a edição de outro choque acabou sendo suspensa, nos dias seguintes, pelo ministro da Fazenda, e o jornal carioca teve de esclarecer isso em outras matérias. No dia 4 de junho, colocou uma chamada na primeira página com o título: *Governo já não pensa em choque para deter inflação*.

Menos de cinco meses depois de lançado o Plano Cruzado Novo ou Verão, o governo Sarney desistia de um novo choque e se rendia à chamada política “feijão com arroz”: a administração do dia a dia para evitar uma explosão inflacionária. E essa foi a principal característica do Verão II. Os números da

inflação e a reivindicação de medidas econômicas foram a tônica dos editoriais dos jornais.

As historiadoras Mendonça e Fontes (1994, p. 83), ao analisarem o período, registram que o Plano Verão conjugava a absoluta falta de regras de indexação com a seletividade na aplicação de aumentos salariais. Suspendeu-se a URP, a qual só atingiria categorias com data-base entre fevereiro e junho daquele ano. O setor público constituiu-se em seu alvo número um: redução salarial, demissões e extinção de órgãos estavam entre suas medidas. O único e impávido “colosso” nessa crise era a inflação, quadruplicada entre 1985-1989, ultrapassando o índice de 1.000% ao ano.

A busca de represamentos temporários da inflação, sem mudanças no modelo distributivo, teve como consequência o agravamento do desequilíbrio das contas públicas e redundou em efeitos perversos. Houve a perda da credibilidade nas políticas de choque; a instalação de um horizonte especulativo na formação dos preços em geral; e desacelerava-se grandemente o crescimento industrial. Aliado a isso, havia o fato de que a moeda se desvalorizava internamente e, estrangulada pela dívida externa, perdia sua capacidade de constituir-se em reserva de valor. A crise extrapolava os limites econômicos e se irradiava pelo Estado e por suas instituições (MENDONÇA; FONTES, 1994, p. 83-84).

Além disso, naquele contexto de final de década, em 1989, o país se preparava para a realização das primeiras eleições diretas para presidente. Esse fato político traria profundas consequências à economia nos anos seguintes.

Apesar das dificuldades, no entanto, o balanço da década de 1980, a partir das estatísticas oficiais, registrou uma nação com uma melhor condição que no passado, conforme registrou Juarez Bahia (1990, p. 294-374). A longevidade do brasileiro era maior que nos anos 1970; as cidades dispunham de maior quantidade de bens duráveis, como carro e televisão, além dos serviços essenciais como luz e água, esgotos e vias públicas; o saber era mais acentuado, se comparado ao dos cidadãos dos anos 1960 e 1970; os índices de leitura e a edição de livros didáticos ou literários tinham se elevado; havia uma maior oferta de trabalho, mas as taxas de desemprego oscilavam entre 3% e 5% — em média, 28 empregados para cada empregador e 50% deles trabalhando no campo com remuneração equivalente a meio salário mínimo; o pardo, mais que o branco, tinha ampliado sua presença na sociedade.

A riqueza social havia aumentado, mas não sua distribuição: o país tinha a sexta maior população do mundo e abrigava apenas 5% de ricos; e um novo perfil urbano se refletia em uma sociedade mais bem informada e mais participante, mais beneficiada por serviços públicos e por benefícios à educação e à saúde.

Nesse contexto de balanço da década de 1980, a indústria jornalística era desafiada por um mercado em expansão. As tiragens dos jornais, em 1988, evoluíram para índices em torno de 200/250 mil exemplares, de segunda-feira a sábado, e 400/500 mil aos domingos. As edições médias, por número de páginas, se fixaram em torno de 100 páginas, nos dias úteis, e

300, nos domingos, em face, principalmente, das limitações de custo do papel, comuns a todos os países⁸³.

No que diz respeito ao jornalismo de economia, da segunda metade até o final da década, a abertura política e a sucessão dos pacotes de estabilização trouxeram mudanças na forma de apresentar a notícia e de se relacionar com o leitor. A cobertura jornalística passou de predominantemente entusiasmada, no Plano Cruzado, para uma cobertura mais crítica ao longo dos outros quatro programas de medidas econômicas que se seguiram. As notícias de economia foram valorizadas com a evolução dos gráficos e tabelas e ganharam o reforço dos infográficos⁸⁴.

A análise dos jornais pesquisados mostra que houve um aumento da interatividade com os leitores nesse período de pós-ditadura. Eles começaram a ter mais peso nessa relação, pois os periódicos intensificaram a preocupação de responder às questões que eram mais relevantes para seu público nas turbulências provocadas pelos diversos planos, e esse contato direto com o leitor (via telefone ou por cartas) gerava questionamentos e novas pautas, que alimentavam o noticiário.

⁸³No Brasil, em 1986, o Plano Cruzado desencadeou crescente interesse dos leitores por jornais e revistas, de modo que os fabricantes de papel, embora aumentando a produção, não conseguiram atender à demanda. O consumo de papel em 1985 foi de 270 mil toneladas, contra 500 mil em 1986. Em 1987, a demanda continuou alta e exigiu economia de espaço dos veículos mais investimentos dos produtores de papel e celulose (BAHIA, 1990, p. 374).

⁸⁴ De 1986 a 1990, os principais jornais brasileiros instalaram, na redação e na área de classificados, sistemas integrados de computadores. Até 1990, o setor de jornalismo impresso investiu US\$ 100 milhões em novas tecnologias, conforme estimativa da ANJ. Investiu-se em inovações de pessoal, em micros, em rotativas, em aperfeiçoamento técnico de circulação (BAHIA, 1990).

Como empresas, os jornais passaram a investir em estratégias de *marketing* — uma área que também começou a ganhar espaço, no meio empresarial brasileiro, nos anos 1980 — para conquistar mais leitores em um período de guerra contra a concorrência entre os próprios periódicos e a TV.

“BRASIL NOVO” E FOCO NO LEITOR CONSUMIDOR-ESPECTADOR-CIDADÃO

Durante os primeiros meses de 1989, a crise econômica que assolava o Brasil, em seus diversos aspectos (inflação, dívidas externa e interna, déficit público, reforma do Estado), e as iniciativas do governo federal relativas a essas questões ocupavam o noticiário.

José Sarney acabaria o governo sitiado pela inflação, pressionado pelo baixo crescimento da economia e envolto em um clima de descrédito perante a população. Essas condições geradas favoreceram a candidatura de um nome visto pelo eleitorado como renovador, símbolo de algo novo para o país cuja população iria às urnas para escolher um presidente pelo voto direto depois de 29 anos. O então governador de Alagoas, Fernando Collor de Melo, soube sintonizar-se com tais tempos e construiu sua campanha dentro de tal contexto.

Collor ascendeu no cenário brasileiro, em uma atmosfera política e econômica de incertezas, no limiar da década de

1990. Ele era praticamente desconhecido nacionalmente, até o início de 1989, quando começou uma campanha na televisão para vencer as eleições presidenciais.

Antes de lançar-se candidato, teve uma vida política sinalizada por evidente inconstância partidária, com frequentes mudanças de legenda, segundo as conveniências do jogo político, conforme registram Lattman-Weltman, Ramos e Carneiro (1994) em um estudo sobre o papel da imprensa escrita e da mídia geral, a partir do momento político em que se configurou o governo Collor.

Em 1979, foi nomeado prefeito de Maceió, pela Arena. Em 1982, foi eleito deputado federal pelo PDS, sucedâneo da Arena na sustentação do regime autoritário. Em 1986, venceu as eleições para governador de Alagoas pelo PMDB, então uma agremiação sedutora para os náufragos do PDS, que se esfacelava junto com o governo militar. Dois anos depois, na impossibilidade de candidatar-se pelo PMDB, criou, a partir do Partido da Juventude (PJ), a sua própria legenda, a do Partido da Reconstrução Nacional (PRN). Foi como candidato do PRN que chegou à Presidência da República, com a ajuda de uma poderosa ofensiva publicitária.

O noticiário sobre a eleição presidencial, nos idos de 1989, se concentrava no acompanhamento da indefinição das candidaturas dos dois maiores partidos brasileiros à época, o PMDB e o PFL, únicos, ao que tudo indicava, capazes de opor uma forte candidatura de “centro” ou de “centro-direita” ao favoritismo que os já candidatos Leonel Brizola (PDT) e Lula (PT), então, obtinham nas pesquisas. Ambos eram identificados

no cenário político-partidário nacional com propostas de “esquerda”. Nessa época, a candidatura de Collor não parecia ser digna de muita atenção por parte da imprensa.

Mas, de março ao início de junho, a taxa de aprovação de Collor nas pesquisas nacionais disparou de 9% a 40%. Ele aumentou suas aparições na TV, comprando o tempo gratuito (dividido, segundo a lei eleitoral, de acordo com a proporção de votos ganhos nas eleições anteriores) de diversos partidos políticos. Embora tecnicamente legal, essa tática era típica das muitas práticas questionáveis de sua campanha (SKIDMORE, 2003, p. 302).

Collor era jovem, atlético, de boa aparência e muito desenvolvido em suas aparições televisivas. Ele vinha do estado pobre nordestino de Alagoas, mas havia crescido no Rio de Janeiro e em Brasília, onde sua tradicional família politicamente poderosa mantinha residências⁸⁵. Seu pai, Arnon de Mello, tinha sido senador e tinha governado Alagoas no período de 1950-1954, e seu avô pelo lado materno, Lindolfo Collor, tinha ocupado a pasta do Trabalho logo após a sua criação, em 1931, pelo Governo Provisório instituído com a Revolução (LATTMAN-WELTMAN, RAMOS e CARNEIRO, 1994, p. 5-7; SKIDMORE, 2003, p. 302).

O pai de Collor havia levado seus modos políticos nordestinos ao Senado Federal, onde, em uma discussão, baleara mortalmente um suplente de senador. Mas Arnon de Mello

⁸⁵ Sua família de políticos alcançou, a partir de 1930, razoável destaque nos acontecimentos que sucederam ao desmantelamento da República Velha.

estivera também em sintonia com a política moderna, como demonstravam suas estreitas relações com o empresário Roberto Marinho (*TV Globo*) e sua propriedade da estação da retransmissora da *TV Globo* em Alagoas (SKIDMORE, 2003, p. 302)⁸⁶.

Na metade da década de 1980, Fernando Collor de Melo começou sua investida política, assumindo o manto de uma cruzada contra a corrupção ainda enquanto era governador de Alagoas. Seus alvos eram os altos funcionários públicos (“marajás”), a quem ele acusava de viver luxuosamente à custa do contribuinte brasileiro. A estratégia, depois, se demonstrou popular com o eleitorado nacional, até mesmo pelo fato de o candidato ser do Nordeste, uma região de notória corrupção política. Sua outra principal mensagem era uma promessa de aplicar a política econômica neoliberal no Brasil — isto é, encolher o governo e privatizar parte das empresas estatais. Isso, assegurava ele aos potenciais eleitores, poria o Brasil em dia com países como a Argentina, o Chile e o México, que já estavam descartando o protecionismo e vendendo suas maiores empresas públicas.

⁸⁶ Tanto Arnon quanto seu sogro Lindolfo chegaram à militância política por meio do exercício profissional do jornalismo, circunstância que, de certo modo, repetiu-se com Fernando Collor, ligado às atividades do setor que projetou politicamente o pai e o avô. Arnon trabalhou na *Vanguarda*, jornal dirigido por Oséas Mota, em seguida no *Diário de Notícias* e, mais tarde, nos *Diários Associados*, assumindo finalmente a direção da *Gazeta de Alagoas*, uma espécie de matriz das Organizações Arnon de Mello, que, além do jornal, abrangem um parque gráfico, uma emissora de rádio e um canal de TV que repassa os programas da *TV Globo*. Já Lindolfo Collor era diretor de *A Federação*, fundado por Júlio de Castilhos nos anos terminais do regime monárquico e que se transformou, com o tempo, em órgão oficial do Partido Republicano Rio-Grandense (LATTMAN-WELTMAN, RAMOS e CARNEIRO, 1994, p. 5-7).

Logo, de acordo com sua promessa, o Brasil estaria entrando no “Primeiro Mundo” (SKIDMORE, 2003, p. 303).

Dessa forma, Collor assumia a pose de um messias que poderia resolver os problemas do Brasil pela força de sua personalidade. Nisso, ele se assemelhava a Jânio Quadros, que havia ganhado as eleições presidenciais de 1960 apresentando-se como um messias político. Essa estratégia se adequava claramente ao ânimo dos muitos brasileiros suscetíveis a políticos que prometessem milagres. Ao mesmo tempo, sua mensagem neoliberal apelava aos homens de negócios, que procuravam um candidato comprometido com a redução do papel do governo na economia.

Com a reinstituição da eleição popular direta para a Presidência da República, novos regulamentos eleitorais providenciaram um novo procedimento: o presidente deveria ser eleito em um processo de dois turnos. No primeiro turno de 1989, no dia 15 de novembro, foram registrados 22 candidatos. Se nenhum candidato obtivesse maioria nessa fase, então seria realizado um segundo turno entre os dois candidatos mais votados no primeiro.

E foram para o embate, no segundo turno, Collor e Lula (que havia derrotado Brizola no primeiro). Na época, Lula era visto por muitos como um tipo de antimessias, o operário de São Paulo, com gramática hesitante e um inconfundível aspecto proletário, que havia perdido um dedo em um acidente com uma máquina de fábrica (SKIDMORE, 2003, p. 304).

O confronto entre Lula e Collor assumiu, então, uma nova intensificação ideológica, com Collor tentando assustar

os eleitores, ao qualificar Lula como o perigoso radical que expropriaria suas propriedades. Essa tática demonstrou ser bastante eficaz em São Paulo. O PT previu que Collor, se eleito, faria um governo inescrupuloso, que seria um desastre para o Brasil (SKIDMORE, 2003, p. 304).

A campanha no segundo turno polarizou as forças políticas. Lula recebeu apoio do PDT, do PCB, do PMDB e do PSDB, e Collor, dos demais partidos. A disputa foi se tornando cada vez mais tensa à medida que o candidato do PT ia crescendo nas pesquisas. No início de dezembro, segundo o Ibope, Lula estava a oito pontos percentuais do adversário, diferença que baixou para sete pontos quatro dias depois e para apenas um ponto na semana seguinte (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 209-214).

Na reta final da campanha, no dia 12 de dezembro, Collor apresentou uma bomba no horário eleitoral gratuito: o depoimento da enfermeira Miriam Cordeiro, ex-namorada do candidato petista e mãe de sua filha Lurian. Ela contou que, quando ficara grávida, Lula lhe oferecera dinheiro para abortar e acusou o ex-namorado de racista. O depoimento teve grande repercussão e abalou a candidatura de Lula.

A meio do primeiro e do segundo turno da eleição, houve dois debates entre os candidatos do PRN e do PT. O primeiro foi transmitido dos estúdios da *TV Manchete*, no Rio de Janeiro, em 3 de dezembro. O segundo foi no dia 14, nos estúdios da *TV Bandeirantes*, em São Paulo. Ambos foram transmitidos das 21h30 à meia-noite por um *pool* formado pelas quatro principais emissoras de televisão do país: *Globo*, *Bandeirantes*, *Manchete* e *SBT*.

A *Rede Globo* apresentou duas edições desse último debate, no dia seguinte à sua realização (uma, no jornal *Hoje*; e

outra, no *Jornal Nacional*). A segunda edição acabou provocando uma grande polêmica com relação à emissora tê-la feito de forma a favorecer Collor, tanto na seleção dos momentos, como no tempo dado a cada candidato, já que ele teve um minuto e meio a mais do que seu adversário do PT⁸⁷.

E o segundo turno ocorreu no dia 17 de dezembro, com a vitória de Collor — depois de intensa disputa e numerosas acusações de práticas ilegais de campanha — por uma margem de 42% a 37,8%. As táticas amedrontadoras de Collor demonstraram ressoar melhor entre o eleitorado, especialmente em São Paulo, o berço do movimento trabalhista de Lula. Elas também amedrontaram os prósperos homens de negócios (industriais, empreiteiros etc.), que contribuíram com enormes somas para a campanha de Collor (SKIDMORE, 2003, p. 304).

5.1 Mito político e a cobertura do Plano “Brasil Novo” ou Collor I

Collor assumiu a presidência no dia 15 março de 1990, em meio a uma publicidade altamente favorável. A mídia,

⁸⁷ O livro *Jornal Nacional: a notícia faz história* (2004), publicado pelo setor Memória Globo, traz diversos depoimentos de jornalistas que trabalharam na cobertura e na edição do debate. O então vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho, fez um balanço do episódio e admitiu que a edição provocou um inequívoco dano à imagem da *TV Globo*, mas rebateu qualquer tentativa de vincular a edição a um ato de má-fé. Nas eleições de 1994 a 1998, devido a divergências entre candidatos, não houve debates. Em 2002, quando eles se realizaram, a *TV Globo* já tinha consolidada a norma de não mais editar debates políticos, limitando-se a apresentá-los na íntegra e ao vivo. Concluiu-se que um debate não pode ser tratado como uma partida de futebol (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 209-214).

preponderantemente, o apoiara, com a imprensa estrangeira seguindo-a em grande parte. O governo dos EUA estava especialmente contente com o novo presidente brasileiro, acreditando que ele adotaria a política neoliberal que recomendava a todos os países em desenvolvimento.

Latteman-Weltman, Ramos e Carneiro (1994, p. 5-7) acrescentam que, em todo o processo, o *marketing* de Collor e seus assessores contou não apenas com farto espaço na mídia, mas também com uma verdadeira adesão editorial dos principais órgãos de imprensa⁸⁸. “Os seus ‘reclames’ foram não apenas divulgados, como também incorporados à própria pauta dos veículos, e tal como os ‘anunciantes’ desejavam: com seus *slogans*, bordões, ênfases e apelos.”

Kátia Mendonça (2002), ao estudar o mito político da salvação no Brasil tendo como enfoque a construção de imagens em torno do presidente Collor, mostra que “expressões do mito do salvador são configuradas ao longo do século XX na história do país”. Surgem nas figuras de Getúlio Vargas, que construiu seu mito utilizando a imagem de protetor do povo, e cujo suicídio acabou completando sua heroificação; e de Juscelino Kubitscheck que, após Vargas, surgiu como o herói movido pela utopia da modernização: “50 anos em 5”. Também vão aparecer em Jânio Quadros, cuja imagem foi a do profeta que pregava a revolução do tostão contra o milhão por meio de discursos moralistas em favor da luta contra a corrupção.

⁸⁸ Os autores fizeram um levantamento das principais matérias dos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*, e das revistas *Veja* e *Isto É/Senhor*, de agosto de 1988 a agosto de 1989.

A renúncia de Jânio Quadros criou o ambiente propício para a emergência do salvador coletivo — o Exército — cujo carisma institucional será reforçado pelo silêncio e imaterialidade do poder. Após o regime militar, novamente se constituiu o mito da salvação, em torno de Tancredo Neves. Nesse caso, reforça a autora, o mito se construiu pela espera da redemocratização do país e de melhores condições de vida para o povo. Ele foi expressão de destaque durante a campanha das “Diretas Já”; entretanto, foi sua morte que consagrou seu legendário de pai e ao mesmo tempo instaurador de uma nova ordem — a “Nova República” —, embora não sendo ele o advogado de rupturas, de aventuras, mas antes da estabilidade, da segurança, do mito da conciliação. Sua imagem acabou sendo associada à de um novo Tiradentes.

Depois, o mito se materializou nas primeiras eleições democráticas do país na figura de Collor que, por sua vez, se inscreveu na construção de um imaginário da modernidade, menos como discursos acerca da implantação de indústrias de base e de projetos promotores do desenvolvimento econômico no país, como Vargas, JK ou os militares, e mais como discurso de inserção do Brasil no “Primeiro Mundo”.

O imaginário da ascensão de Collor foi, portanto, tecida sobre o mito do herói salvador, fundamentalmente sobre a imagem do “novo”, de um “novo jeito de fazer política”. Esse imaginário se baseará na ruptura simbólica com o passado, expressa no voto. Tal representação será definida, em relação às práticas que envolvem o exercício do poder, como não corrupta e audaz e, em relação ao personagem, como jovem e não comprometido com os antigos políticos.

Kátia Mendonça afirma ainda que expressões simbólicas do mito da salvação foram, no plano do imaginário político, tanto o “Estado Novo” de Vargas, a “Revolução de 1964” ou a “Nova República” de Tancredo Neves e José Sarney, quanto o “Brasil Novo” de Collor que, como os anteriores, projeta a imagem de um herói fundador. O “Brasil Novo” de Collor romperá simbolicamente com a “Nova República” de Sarney, que nesse encadear de rupturas rompeu, por sua vez, com o regime militar. Novas palavras vão compor esse imaginário: o adjetivo “collorido” assume ares de emblema da modernidade e da firmeza administrativa prometida.

Que mudanças esse novo contexto trouxe para a imprensa e para a editoria de economia dos grandes jornais? Collor começou seu governo com uma bomba: no dia seguinte ao de sua posse, anunciou medidas de choque contra a inflação. Seus assessores o haviam alertado de que o Brasil estava à beira de uma inflação descontrolada. No acumulado dos dois primeiros meses de 1990 a taxa oficial ficou em 169,72%.⁸⁹ Em março, quando ele assumiu a presidência, o índice estava em torno de 80%⁹⁰.

Os principais itens do plano econômico foram concluídos na primeira quinzena de janeiro de 1990, pela equipe sob o comando da economista Zélia Cardoso de Mello. Ela deveria ouvir as opiniões de todas as correntes políticas antes do

⁸⁹ Dados divulgados na matéria “Reajuste de tarifas públicas chega a 83,5%” (Economia, p. B-3), na *Folha de S.Paulo* de 17 de março de 1990.

⁹⁰ Dados divulgados na matéria “Inflação prefixada de 40% vai determinar reajustes de abril” (O País, p.5), em *O Globo* de 15 de março de 1990.

fechamento definitivo do plano e as medidas de impacto só seriam reveladas dois meses depois, no dia seguinte ao da posse de Collor (LATTMAN-WELTMAN, RAMOS e CARNEIRO, 1994, p. 50).

A equipe do presidente afirmava, então, que a única solução era um tratamento de choque, começando com o bloqueio das contas de poupança de todos os brasileiros e tendo como medidas paralelas o congelamento de preços e a abolição da indexação (SKIDMORE, 2003, p. 304-305).

Como foi a cobertura jornalística dessa época? Às vésperas da posse, as atenções se voltavam para a prospecção do que iria acontecer com a economia. Afinal, depois da redemocratização, havia um histórico de sucessivos planos econômicos e a expectativa era grande por parte da imprensa e da sociedade com relação ao tão anunciado “Brasil Novo” que Collor prometera instaurar desde sua campanha eleitoral.

Relatos de jornalistas confirmam essa expectativa — materializada em uma cobertura de antecipação do que poderia ser o novo plano econômico — que já havia sido incorporada, de certa forma, à prática profissional da categoria. Miriam Leitão, por exemplo, fala sobre isso:

O Plano Collor foi outro desespero porque, primeiro, a gente ouvia dizer que se preparava, mas, ao mesmo tempo, não podia dizer que estava ouvindo dizer, porque não tinha nada fechado, porque tudo era muito trancado a sete chaves. E o plano veio completamente destemperado, maluco. [...] Quando ele chegou, a imprensa já estava mais preparada, mas por outro lado não estava preparada para a

bomba atômica, porque aquilo foi uma bomba atômica. O que ocorreu dias depois? Os bancos não conseguiam fechar o dia, porque se fechasse o dia tinham de quebrar. Como o dinheiro foi congelado todo, é como se tivesse de entregar todo aquele dinheiro para o governo. Enfim, o Banco Central não sabia exatamente como operar no dia seguinte com ativos congelados no banco. Então, foram, assim, 40 dias de caos nos bancos. Ninguém sabia quem podia tirar.

No relato de Miriam Leitão sobre esse período, mais uma vez aparece a função do jornalista como um profissional que tem como missão “ajudar as pessoas” a entenderem as mudanças na economia, principalmente em um momento “dramático” como aquele:

Teve caso de gente que ligava para a redação dizendo que ia se matar. A gente não sabia o que fazer. Era um momento dramático. Gente que falava que vendeu tudo para comprar outra coisa e agora não teria mais acesso ao dinheiro. A arbitrariedade chegou ao limite, não é? A invasão que o governo fazia na vida das pessoas era uma coisa completamente alucinada. E, ao mesmo tempo, elas queriam tanto se livrar daquilo, que pesquisas de opinião mostraram que ninguém tinha ficado com raiva do Collor imediatamente. As pessoas diziam: “se esse era o preço a pagar, então vou aguentar”. Teve muito essa reação. A gente tinha de novo de ajudar as pessoas a entenderem aquela confusão toda.

A jornalista relembra que teve impressões sobre a possibilidade de um novo choque antes do anúncio oficial do Plano

Collor e que queria deixar seus leitores e telespectadores de sobreaviso, mas não tinha certeza do que iria ser anunciado. Nessa época, ela trabalhava também na televisão, na *Manchete*, e fazia um comentário no chamado *Programa de Domingo* dessa emissora, que era gravado às sextas-feiras:

E eu me lembro que eu gravei meu comentário, antes do Plano Collor, dizendo o seguinte: se você tem qualquer operação bancária para fazer na semana que vem, depósito, sacar coisas, fazer qualquer coisa bancária, saque na segunda ou na terça-feira, porque vai ter feriado bancário. Eu sabia que vinha um plano, mas não sabia que ia ser daquela forma tão violenta. Eu achava que ia mexer com as regras do *overnight*, mas não sabia que chegaria até a poupança. Mas eu não podia dizer: olha, tire seu dinheiro todo do banco. Eu queria dar uma dica, mas ser responsável. Não sei se agi certo ou não, se eu deveria ter dito o que eu achava. Mas eu não tirei meu dinheiro do banco. Se eu não posso contar para o meu ouvinte 'tire seu dinheiro do banco', também não vou tirar o meu. Vamos morrer juntos.

Ela contou que suas deduções tinham sido baseadas na leitura que havia feito de textos de economistas envolvidos com o governo Collor:

Eu não tinha condição de ter certeza que iam fazer alguma coisa contra as contas bancárias. Eu achava que iam fazer. Tudo me levava a crer, pelo que eu tinha lido nos textos das pessoas que tinham chegado ao poder. Eu tinha lido Antônio Kandir, por

exemplo, que falava claramente que era preciso um calote na dívida interna e ele estava na equipe econômica da Zélia. E eu dizia: e se ele influenciar os outros e se ele convencer de que tinha de fazer um calote? Mas eu não podia dizer, porque podia detonar um processo desastroso e depois nunca ia poder saber se era o jornalismo que tinha feito isso ou o governo. Então, eu falei assim: se você tiver alguma coisa bancária para fazer, faça na segunda ou na terça-feira, porque vai ter feriado bancário e pode ser mais de um dia. Na quarta-feira de manhã, o governo decretou três dias de feriado bancário. Pelo menos, eu alertei um pouco, mas eu não podia ir muito além daquilo.

Carlos Sardenberg, por sua vez, reforça que, nesse papel de antecipar possíveis medidas que ainda seriam anunciadas pelo governo, muitos jornalistas acabaram cometendo equívocos e gerando contradições na cobertura dos planos:

Depois do primeiro plano, os jornalistas aprenderam — fórmulas, congelamentos, tablitas, vetores — e ganharam capacidade para perguntar melhor e para ir atrás dos sinais emitidos pela economia e pelos chamados agentes econômicos. E, nas vésperas de cada novo plano, estabeleceram-se verdadeiras guerras entre os jornais, cujo objetivo era antecipar (furar) o máximo possível o próximo pacote. Competição mais do que compreensível: afinal, em cada caso, tratava-se sempre de mudança relevante e imediata na vida das pessoas e das empresas. Notícia quente, do dia. Acontece que o melhor preparo dos jornalistas foi também fonte de equívocos.

Explico: pela experiência brasileira, os planos econômicos nunca são preparados de uma só vez. Ao contrário, são gerados ao longo de um tempo no qual as equipes analisam, testam, avaliam as diversas medidas — não raro, deixando vazas algumas coisas para sentir a reação da sociedade. Ora, uma medida dessas, capturada no meio do caminho por um jornalista, como deveria ser tratada? Como uma possibilidade — 20 linhas na página 4 — ou como um furaço, manchete? Nessa decisão, houve a maior parte dos erros e dos sustos aplicados nos leitores: dava-se como certo algo que poderia ser. E, em dias diferentes ou às vezes na mesma edição, anunciavam-se como futuras medidas coisas absolutamente contraditórias⁹¹.

Como medida para conter justamente a especulação e os boatos sobre o novo plano — como se isso realmente fosse possível —, o presidente Collor decretou feriado bancário na quarta-feira, 14 de março de 1990, três dias antes do anúncio oficial do pacote.

No dia 15, as capas dos dois jornais traziam a notícia de como seria a posse de Collor e lembravam que ele era o primeiro a ser eleito pelo voto direto depois de três décadas. A expectativa, inclusive, foi citada nos textos noticiosos. Em *O Globo*, a chamada da manchete “Collor instala ‘Brasil Novo’ com mudanças radicais na economia” afirmava que o presidente estava cercado de “imensa expectativa de toda a Nação

⁹¹ Relato feito no artigo “Jornalismo econômico, o aprendizado da estabilidade”, publicado no *Dossiê Ecos de Lisboa* (1997).

e comprometido com uma mudança radical na economia brasileira”.

Em 16 de março, os jornais registraram a cerimônia da posse de Collor ocorrida no dia anterior, bem como anunciaram que haveria congelamento de preços e anteciparam algumas medidas que seriam baixadas, mas a bomba ainda estava por vir. Em seu discurso de posse, assim como Sarney havia feito, Collor enfatizou que a meta número um do primeiro ano de seu governo era liquidar a inflação, que ele chamou de “câncer social”. Depois, no parlatório, já usando a faixa presidencial, ele fez um discurso emotivo e garantiu que se fosse preciso, daria sua vida para cumprir suas promessas de campanha.

Como a análise do noticiário sobre os planos anteriores mostrou, o interesse nacional na época do lançamento do Plano Collor se concentrava também no combate à inflação. Esse discurso único envolvia os diferentes agentes da sociedade e era reproduzido nos jornais.

No decorrer da cobertura, os dois jornais apresentaram alguns enfoques diferentes. No dia 16 de março, por exemplo, a *Folha* fez ampla cobertura da cerimônia de posse, como *O Globo*, mas publicou matérias com abordagens diferentes das do *Diário Carioca*, com um tom mais crítico. O diário paulista publicou também, nos dias que antecederam a posse do novo presidente, um caderno extra, chamado *Era Collor Especial*. Dentro dele, além das matérias sobre a posse em si, mostrou outros aspectos envolvendo o novo presidente.

Um exemplo foi a notícia *Marketing é usado para criar imagem austera* (CADERNO EXTRA, 1990, p. 3), para mostrar

o trabalho que a equipe do presidente estava fazendo para tentar estabelecer a imagem de austeridade do novo governo. Outra matéria teve o seguinte título: *Rede Globo faz cobertura exaltada da posse* (1990, p. 14). Apesar do formato de texto noticioso, assinado pelo repórter Nelson de Sá, a notícia fazia uma análise desde o seu *lead*:

A *Rede Globo* assumiu, na reta final para a posse de Collor, a cobertura-exaltação. Durante toda esta semana, e mesmo na semana passada, a preparação da emissora para o dia 15 foi semelhante aos anúncios de uma Copa do Mundo ou de uma prova de Fórmula 1. E isso não nos intervalos comerciais, mas nos próprios noticiários. Collor chegou a ganhar uma biografia com efeitos de imagem e a música-tema de Indiana Jones ao fundo.

Observa-se, nesse trecho de texto jornalístico, a crítica do diário paulista à cobertura feita pela emissora hegemônica do país com relação a Collor. Os foguetes utilizados nas páginas do caderno especial da *Folha* também eram sugestivos, como o “Dia collorido”, colocado sob o título da matéria *Primeira-dama começa o dia com cabeleireiro* (1990, p. 10).

A *Folha* adotou como selo da cobertura o foguete “Era Collor”, utilizando um termo que significa “um período geralmente longo que começa com um fato marcante ou que dá origem a uma nova ordem de coisas” (FERREIRA, 1999, p. 784). E *O Globo* adotou como selo um desenho de um pacote com setas saindo de seus lados.

No dia 17 de março de 1990, os dois jornais anunciaram, na primeira página, o Plano Collor I, divulgado no dia anterior. O *Globo* estampou, em sua capa, *Collor bloqueia o dinheiro*, manchete acompanhada do boxe *As principais medidas do plano contra a inflação*. A *Folha* da mesma data trouxe a manchete *Choque do Plano Collor é o maior de toda a história*. Do lado direito da capa trouxe um boxe *O que muda*, com as principais medidas resumidas em quatro linhas de texto, acompanhadas de ilustrações.

Os dois jornais explicavam as principais mudanças: o cruzeiro (Cr\$) retomava sua posição de moeda nacional, em substituição ao cruzado instituído durante o governo Sarney; os saques da poupança, do *overnight* e da conta corrente ficavam limitados a 50 mil cruzeiros, e o restante ficava retido no Banco Central pelo prazo de 18 meses; os cheques superiores a 1 mil BTN⁹² passavam a ser nominativos, e estavam proibidos os aumentos de preços, enquanto o câmbio passava a ser flutuante.

O Plano Collor aplicou, de forma radical, a teoria monetarista: congelou e confiscou praticamente todo o dinheiro das pessoas, o que acabou por derrubar a inflação de forma fulminante. A reação pública, em um primeiro momento, foi de incredulidade. Muitos poupadores ficaram furiosos por lhes ser subitamente negado o acesso ao dinheiro que eles

⁹² O Bônus do Tesouro Nacional foi criado pela medida provisória nº 48. Este título teve seu valor fixado em 1 cruzado novo, retroativo a 1º de fevereiro de 1989 e era corrigido pela inflação medida pelo IPC. Com o fim da correção monetária, foi oficialmente extinto em 1º de fevereiro de 1991 (SANDRONI, 2005, p. 100).

tão cuidadosamente economizaram. Grandes firmas ficaram paralisadas, porque as reservas financeiras que usavam para fazer os pagamentos estavam congeladas (SKIDMORE, 2003, p. 304-305; KUCINSKI, 2000, p. 129).

No decorrer do mês de lançamento do novo e bombástico plano econômico, como ocorreu nos anteriores, as notícias sobre as decisões políticas e econômicas relacionadas às medidas ocuparam praticamente a totalidade das capas das edições dos dois jornais e também grande parte de seu interior.

Os aspectos técnicos sobre o Plano Collor eram explicados, principalmente, pela ministra da Economia, Zélia Cardoso de Melo, que deu uma entrevista coletiva, no dia 16 de março de 1990, para falar sobre as mudanças, acompanhada do então secretário Nacional de Política Econômica, Antonio Kandir, e do presidente do BNDES, Eduardo Modiano.

A argumentação principal da equipe econômica do governo Collor, nas matérias publicadas, era a de que o novo plano não repetiria uma das principais falhas dos anteriores: a explosão de consumo em função do congelamento de preços. Uma das diferenças era que o congelamento proposto não era rígido, com direito aos empresários consultarem o governo para solicitar aumentos.

Tanto a equipe econômica quanto o presidente Collor reforçaram a necessidade da confiança da sociedade no novo plano para que ele alcançasse resultados, como também ocorreu nos pacotes anteriores. Sua dureza era reforçada como inevitável, sob o risco de o país ficar submetido a uma hiperinflação.

Em que medida o jornalismo de economia reforçou esse discurso? Qual foi o seu papel nesse momento tão tenso, de perplexidade, em que os fatos eram de tão difícil compreensão para muitas pessoas? No Plano Cruzado, como vimos, isso é indiscutível: a imprensa ajudou a criar um clima de otimismo, a produzir o fenômeno dos “fiscais do Sarney”. No Plano Collor, apesar da perplexidade geral imediata nos dias iniciais do mandato do novo presidente, os jornais pesquisados abriram amplos espaços para a divulgação das medidas e a tentativa de explicá-las e simplificá-las para o público. Portanto, a função de apaziguar os ânimos também existiu nessa época, no sentido de a imprensa ter sido o principal agente de intermediação, para o público, dos fatos econômicos gerados pelo governo.

O rigor na fiscalização do plano também foi reforçado pela equipe econômica e, principalmente, pelo presidente Collor que, dois dias após o lançamento do pacote, fez uma reunião com todo o ministério para solicitar aos ministros que defendessem avidamente o plano. Nessa tentativa de rigor na fiscalização, a Sunab aparecia como principal órgão de vigilância e suas ações rendiam sucessivas matérias nos jornais⁹³.

A ênfase do discurso era que o plano não poderia fracassar, sob o risco de o país entrar em uma recessão, e que as reformas implementadas recuperariam o crescimento econômico. A equipe econômica recebeu apoio de outros economistas de fora do governo, como da ex-musa do Plano Cruzado,

⁹³ Como mostram as matérias de *O Globo: Collor manda os ministros defenderem mais o plano* (na capa de 18 de março de 1990); e *Mais supermercados são autuados* (O PAÍS, p. 16), da edição de 18 de março de 1990.

Maria da Conceição Tavares, e do ex-ministro da Fazenda Mário Henrique Simonsen, que deu uma entrevista a *O Globo* afirmando que o pacote daria certo se as pessoas entendessem o confisco da poupança como investimento. Simonsen também deu entrevista semelhante à *Folha*, dizendo que acreditava na queda da inflação⁹⁴.

A oposição técnica se mostrou pequena nas edições analisadas do mês de lançamento do plano. O economista Francisco Lopes se apresentou claramente como opositor, ao falar, em uma palestra para 150 empresários da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), que o programa promoveria uma recessão acentuada e que, além disso, havia o risco de ele não conseguir combater a inflação. Matéria de *O Globo* registrava a análise de Lopes e lembrava que ele havia sido o mentor de todos os choques anteriores (Cruzado, Bresser e Verão)⁹⁵.

A *Folha* publicou muitas matérias de repercussão com economistas que atuavam na iniciativa privada e também membros de governos anteriores, como Luís Carlos Bresser Pereira, que alertavam para a possibilidade de ocorrer recessão.

Com relação às dimensões políticas, as primeiras reações ao plano foram de perplexidade por parte do Congresso,

⁹⁴ Conceição Tavares se manifestou em prol do plano na matéria de *O Globo*: *Economistas do PT fazem suas ressalvas mas elogiam medidas* (O PAÍS, p. 7); e o mesmo jornal publicou a entrevista com Mário Henrique Simonsen: *País pode retomar o crescimento em um ano* (ECONOMIA, p. 18), de 18 de março. Na *Folha* de 17 de março, foi publicada a matéria *Simonsen acredita na queda da inflação* (ECONOMIA, p. B-11).

⁹⁵ A matéria *Chico Lopes prevê recessão e inflação alta* (ECONOMIA, p. 17) foi publicada em *O Globo* de 30 de março.

conforme Collor havia declarado: “Vou deixar a esquerda perplexa e a direita com raiva”. Após o momento de perplexidade, vieram os questionamentos e as sugestões de mudanças no pacote.

A chamada, pela imprensa, de “Frente de Oposição” — formada pelo PSDB, PT, PC do B e PDT — manifestou desconfiança com relação ao plano e pediu reajustes. Já o PFL e o PL, tentaram inicialmente manter uma espécie de “lei do silêncio” com a imprensa, sob o argumento de que precisavam se informar mais sobre as mudanças para se posicionarem. O Plano Collor, então, deve-se registrar, esteve longe da unanimidade: gerou muitas dúvidas em grande parte da sociedade e depois recebeu quase 3 mil emendas no Congresso.

Um contraponto às dimensões técnicas e políticas, que apareceu na cobertura jornalística do Plano Collor, foi o Poder Judiciário⁹⁶. Aliás, conforme registra a jornalista de economia Sílvia Araújo (2006, p. 29-30), mais do que economistas renomados, os jornalistas buscaram explicações sobre o pacote baixado no governo Collor com representantes dessa esfera. Advogados e juristas eram as pessoas que o cidadão comum

⁹⁶ O jurista Ives Ganda Martins, na época presidente da Associação Internacional de Direito e Economia e da Associação de Defesa do Contribuinte, apareceu na seguinte matéria de *O Globo* de 18 de março: *Jurista considera plano inconstitucional* (O PAÍS, p. 18), falando que o plano prejudicava “seriamente a credibilidade do governo por confiscar o patrimônio dos poupadores”. E muitas outras matérias da editoria de economia tinham como fontes especialistas da área jurídica, como as seguintes, publicadas na *Folha: Para tributaristas, medidas são inconstitucionais* (p. B-8), em 17 de março de 1990; *STF estuda constitucionalidade das medidas* (p. B-15), em 18 de março; *Plano econômico violenta o texto constitucional, diz Saulo Ramos* (p. B-11), no dia 19 de março.

mais queria consultar e a mídia, com seu papel de levar a informação ao maior número de pessoas possível, fez as vezes dos escritórios especializados:

Enquanto economistas tentavam mensurar o impacto das medidas no país, os advogados, principalmente de empresas e de grandes investidores, se debruçavam sobre a Constituição e todo o arcabouço jurídico, a fim de ‘libertar’ os recursos confiscados. Já o cidadão, mesmo sem saber o significado de jurisprudência, esperava que os meios de comunicação divulgassem os resultados das ações ajuizadas contra a medida para, a partir daí, procurar auxílio no desbloqueio de seus recursos (ARAÚJO, 2006, p. 30).

Assim, a imprensa e os jornalistas reforçavam mais uma vez seu papel e sua importância como mediadores desse processo, conforme mostra a análise de Araújo, tentando traduzir, além do econômico das medidas, seus impactos jurídicos. O público buscava desesperadamente explicações e a imprensa era procurada como uma fonte importante, dentro da ideia de que a realidade se mostrava como o lugar da entropia, do caos, e a imprensa poderia ser fonte de inteligibilidade, de organização dos sentidos.

A jornalista Ana Paula Padrão confirma essa tendência por parte do público, ao se recordar dos dias que se seguiram ao anúncio do plano como “dramáticos”, porque os telefones da *Rede Globo* não paravam de tocar. Os telespectadores tinham reclamações e dúvidas dos mais diferentes tipos, desde

como quitar a última parcela de uma dívida, até o que fazer para pagar uma cirurgia urgente. “E não é que a equipe econômica não tivesse respostas para dúvidas particulares. Eles não tinham respostas para dúvidas básicas, mas a gente tentou fazer o que pôde. Nos dias que se seguiram, medidas provisórias foram saindo, porque eles foram percebendo os erros, os problemas”⁹⁷.

Imediatamente após o anúncio do pacote, a CUT apareceu como opositora, como ocorrera nos anos anteriores, em prol da luta contra as perdas dos trabalhadores. Mas o governo procurou os sindicalistas logo, para explicar as medidas e tentar neutralizar reações negativas, e a CUT aceitou conversar.

Com relação aos consumidores, as reações das pessoas pelo Brasil afora, registradas pela imprensa, foram extremadas nos primeiros dias: ou apoio integral e esperança de que o plano daria certo, ou episódios de fúria, como saques a supermercados por grupos de consumidores e até mesmo uma invasão a um banco com um automóvel⁹⁸.

As pesquisas de opinião pública, reproduzidas pelos dois jornais pesquisados naquele março de 1990, mostravam

⁹⁷ Depoimento de Ana Paula Padrão ao *Memória Globo* (2004, p. 226).

⁹⁸ A editoria de economia de *O Globo* de 21 de março de 1990 publicou, em sua página 17, uma matéria com um caso curioso: *Cliente vai de carro ao banco*. Ela contava a história do fazendeiro Aldo Valdecir Ferreira, que havia vendido, no dia 12 de março de 1990, sua fazenda, chácara, gado, tratores, além da casa onde morava em Rio Negro, em Mato Grosso do Sul, e investira tudo no fundo ao portador. Depois do anúncio do plano econômico, ele, desesperado, jogou o carro nas duas portas de vidro de uma agência do Banco Safra, no centro de Campo Grande. De acordo com a matéria, ele gritava: “Estou pobre, miserável! Esse governo levou tudo o que eu tinha. Roubou o meu dinheiro”.

que a maioria da população acreditava no governo Collor e nas mudanças que o plano traria. No dia 18 de março de 1990, a *Folha*, por exemplo, trouxe uma dessas aferições como manchete. A matéria mostrava os resultados de um levantamento feito pelo *DataFolha* em dez capitais: 58% dos entrevistados diziam acreditar que as medidas era boas para o país. O texto jornalístico apontava que o índice era quase igual ao obtido pelo Plano Cruzado após a edição do pacote, em 1986, quando foi de 59%⁹⁹.

Apesar dessa aprovação, as donas de casa já não demonstravam mais o mesmo ânimo da época do Plano Cruzado para ir brigar pelos preços e fiscalizar supermercados. A Associação das Donas de Casa de São Paulo declarou que elas estavam revoltadas com o confisco da poupança e, por isso, não tinham decidido se fiscalizariam os preços.

O comportamento dos consumidores rendeu outras abordagens, como uma matéria na editoria de *Negócios* da *Folha* do dia 21 de março de 1990, sobre o fato de que o choque havia feito com que as pessoas passassem a exigir produtos de maior qualidade.

Com relação ao segmento dos empresários, como ocorreu com a população e o Congresso Nacional, a reação inicial, retratada pelos jornais, também foi de perplexidade. De

⁹⁹ A *Folha* deu outra manchete desse tipo ainda no mês de março, no dia 23: *Apoio ao plano cresce e chega a 81%*, sobre uma pesquisa feita seis dias após o lançamento do pacote. O *Globo* trouxe matérias sobre pesquisas: *Pesquisa: Plano Collor tem o apoio da maioria da população* (O PAÍS, p. 9), de 19 de março; *Ibope: 89% querem que Congresso aprove plano*, chamada de capa de O *Globo* de 24 de março.

imediatos, eles diziam que não haviam conseguido entender o pacote e tinham medo de a economia ficar paralisada, conforme mostrou, por exemplo, *O Globo* de 17 de março de 1990. Alguns previam que haveria prejuízos para as empresas. Mas, poucos dias depois, representados pela Confederação Nacional da Indústria, demonstraram seu apoio ao plano, embora pedissem alguns ajustes.

Os supermercados e os bancos foram os segmentos que ficaram sob a mira do governo, segundo o tratamento dados pelos jornais. A Sunab fiscalizava o aumento de preços, indo aos locais de venda; e a imprensa também o fazia, mas por meio da cobertura. Matéria da editoria de Economia da *Folha* do dia seguinte à posse de Collor, 16 de março de 1990, ilustra esse papel de “vigilância” dos preços que a imprensa assumiu, além do de tradutora das medidas econômicas: *Preços em supermercados sobem 39,7% em sete dias* (p. B-6). A notícia mostrava o aumento de preços ocorrido antes do anúncio oficial do plano. Esse tipo de matéria era recorrente no periódico, pois o *DataFolha* pesquisava semanalmente os preços de 174 itens em oito supermercados e cinco hipermercados de São Paulo e mostrava as oscilações dos valores.

Em *O Globo* de 17 de março de 1990, a matéria *Consumidor deve pesquisar preços* (p. 16), publicada na editoria *O País* — embora devesse estar na de economia em função do assunto abordado, por exemplo —, denunciava que os supermercados teriam aumentado os preços “na calada da noite”. O próprio jornal dava exemplos de preços que a equipe de reportagem havia coletado na quinta-feira, em comparação aos encontrados na sexta-feira, após o anúncio dos planos.

Os supermercados, como outros segmentos do comércio, sofreram queda nas vendas, uma consequência imediata do choque de Collor. Os jornais registravam o movimento baixo nas lojas.

Na indústria, o medo também era de recessão, conforme ilustram matérias da editoria de economia da *Folha*, como “Indústria prevê recessão brutal com plano” (1990, p. B-9), de 25 de março; e “Fiespe diz que 90% da indústria está parada” (1990, p. B-3), do dia 29.

A cobertura sobre bancos ocupou várias páginas nas edições dos jornais, principalmente na semana do lançamento do pacote. Esse segmento foi acusado pelo governo de estar prejudicando a aceitação do plano, pelo fato de as agências bancárias não estarem, após o feriado bancário, oferecendo dinheiro suficiente para os clientes sacarem nos caixas eletrônicos. Houve filas e tumultos nas portas das agências por causa da falta de dinheiro. A Federação Brasileira de Bancos (Febraban) se defendeu e classificou como “muito duras” as acusações do governo.

5.2 A linguagem jornalística e a narrativa mitológica

Na cobertura jornalística sobre o Plano Collor I predominou a tendência de acompanhamento vista nos planos anteriores: a tentativa de tradução das medidas econômicas com relação aos seus impactos diretos e imediatos no bolso do consumidor.

O noticiário se voltou, principalmente, para a economia popular e lançou mão dos recursos já consolidados como auxiliares nas explicações dos fatos econômicos: tabelas, gráficos e ilustrações como acompanhamentos essenciais dos textos. Os jornais pesquisados publicaram cadernos ou espaços especiais para explicar as medidas, como o *Guia do Leitor*, da *Folha*, e a *Cartilha do Cruzeiro*, de *O Globo*, além das íntegras das medidas provisórias em várias páginas.

A *Cartilha do Cruzeiro* carregava em seu nome a intenção pedagógica de ensinar o leitor a lidar com o dinheiro. Nela, *O Globo* incluiu a publicação de páginas com tópicos explicativos sobre “Seu dinheiro”, “Suas contas”, “Seu salário”, “Seus investimentos”. O *Diário Carioca* também criou uma seção provisória, na editoria de economia, chamada *Suas dúvidas*, que foi explicada pelo jornal como informativa e que seria mantida enquanto “os leitores tiverem dúvidas sobre o Plano de estabilização anunciado na sexta-feira”. Pode-se observar, nessa explicação, um processo de autorreferenciação jornalística, pois o periódico estava legitimando o seu lugar de fala ao criar um espaço “enquanto o leitor tivesse dúvidas”.

O *Guia do Leitor* foi publicado em algumas edições da *Folha*. Em seu texto de lançamento, na edição de 18 de março de 1990, o diário enfatizava sua função — explicar as novas medidas econômicas — e dizia que ele era “para ler e guardar”. A recomendação para o leitor manter o caderno e recorrer às informações sempre que precisasse ou até entendê-las demonstra o reforço na ideia de um jornalismo de utilidade.

Outra marca dessa cobertura foi sua aproximação com as narrativas da editoria de polícia, o que não ocorrera nos

meses de lançamento dos planos anteriores. Foram frequentes, nas páginas dos periódicos, as matérias sobre fatos policiais supostamente atribuídos ao choque econômico. Os saques aos supermercados, por exemplo, foram parar nas páginas da editoria de economia.

A *Folha* de 16 de março de 1990 trouxe as matérias *Cerca de 50 saqueiam supermercados em São Paulo* e *Polícia impede saque a filial do Paes Mendonça* (p. B-7). No dia 18, mais notícias de assaltos no diário paulista: *Cinco supermercados são saqueados no Rio* (p. B-15).

A morte que teria sido provocada por medidas econômicas também foi parar na editoria de economia, como mostra a matéria *Dentista fica deprimido e se mata em Campos*, publicada na *Folha* de 20 de março de 1990. O texto contava a história de José Soares Azeredo, de 56 anos, que teria se matado, segundo sua família, porque estava com depressão após o anúncio do confisco da poupança, na qual tinha depositado todas as suas economias (NCz\$ 800 mil).

Outra matéria policial publicada nessa mesma data como fato econômico foi *Ex-prefeito faz refém e assalta banco no RS* (p. B-7). O texto relatava a história do ex-prefeito de Quaraí (RS), Carlos Alberto Vieira, que tentara assaltar uma funcionária da Caixa Econômica Federal em protesto contra o Plano Collor e acabara sendo detido.

Por que a editoria de economia, que relata fatos de um campo específico de conhecimento, abriria espaços para narrativas policiais? Elizabeth Bird e Robert Dardenne (1993, p. 263-277), ao fazerem uma abordagem sobre as qualidades

narrativas das notícias, registram que elas fazem parte de uma prática cultural antiquíssima: a narrativa e o contar histórias, que parece ser universal. Elas orientam e são comunais e ritualistas. As notícias, como a história, dotam os acontecimentos do passado de fronteiras artificiais, construindo totalidades significativas a partir de acontecimentos dispersos. Nessa ordenação dos fatos, se aproximam da narrativa mitológica. E o mito tranquiliza, ao oferecer os contos que explicam fenômenos desnorteantes ou aterrorizantes e que, ao mesmo tempo, fornecem respostas aceitáveis, não necessariamente refletindo uma realidade objetiva. Os leitores de notícias não só as consomem como um reflexo da realidade, mas como um texto simbólico.

Citando Mead (1925-1926), os autores completam que as notícias são uma forma na qual se cria ordem da desordem, transformando o saber em contar. Elas oferecem mais do que o fato: oferecem tranquilidade e familiaridade, em experiências comunitárias partilhadas.

Na cobertura do Plano Collor, observa-se esse movimento: relatar experiências compartilhadas na convivência com um novo cenário econômico, inclusive as mais negativas, como suicídios e saques cuja motivação fora atribuída às mudanças do pacote. As editorias de economia, ao aproximarem as narrativas sobre fatos econômicos das notícias policiais, além de publicarem matérias explicando as medidas de alteração nessa esfera, no país, buscaram uma extrema popularização na cobertura de economia no período.

Bird e Dardenne (1993, p. 275), citando Sperry (1976), explicam que “na produção jornalística, os jornalistas não se

limitam a utilizar definições culturalmente determinadas, mas também têm de encaixar novas situações em velhas definições. Está no seu poder colocar pessoas e acontecimentos em categorias existentes de herói, vilão, bom e mau e, assim, empossar as suas ‘estórias’ com a autoridade mitológica”.

No episódio do Plano Collor I, o presidente se apresentava e era representado pelos jornais, frequentemente, como herói. Lattman-Weltman, Ramos e Carneiro (1994, p. 54), ao analisarem a imprensa escrita do período, constatam que:

A firmeza de propósitos e a convicção de Collor no sucesso do plano fascinavam a grande imprensa. [...] Os noticiários dos jornais, de aparência informativa, não ocultavam em suas entrelinhas manifestações incontestáveis de apoio às providências restritivas tomadas pelo governo.

Collor empenhou sua palavra como salvaguarda do êxito do plano econômico, algumas vezes, via meios de comunicação. Um dos mais emblemáticos de seus empenhos ocorreu no domingo 18 de março de 1990, quando, frente às muitas dúvidas da população em relação às medidas econômicas, ele deu uma entrevista exclusiva ao vivo na *TV Globo* logo após o *Fantástico* para os jornalistas Paulo Henrique Amorim e Joelmir Beting. Ao ser perguntado sobre qual era a garantia de que o dinheiro confiscado seria devolvido após 18 meses, ele respondeu: “A garantia é que eu assino embaixo” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 228).

É interessante notar que o próprio pacote ficou conhecido pelo nome do presidente: Plano Collor. Batizado de “Brasil

Novo” pelo próprio Collor, conforme registram matérias nos jornais pesquisados, o programa de medidas econômicas acabou ganhando um viés de personificação por carregar popularmente o sobrenome do chefe do Executivo. Isso não ocorreu nos pacotes anteriores. Entre eles, somente o Plano Bresser levou um sobrenome, mas não o do presidente, e sim o do segundo ministro da Fazenda do governo Sarney: Luís Carlos Bresser Pereira.

Quanto à atuação dos jornais pesquisados, deve-se destacar que a observação das edições dos dois, no mês de março de 1990, sugere uma cobertura, com relação ao presidente Collor, mais empolgada e positiva por parte de *O Globo* e mais crítica por parte da *Folha*. Nas páginas do *Diário Carioca*, por exemplo, Collor foi retratado, nas fotografias, frequentemente, de forma dinâmica: praticando exercícios físicos, viajando de helicóptero, dando autógrafos.

Já as mudanças implementadas pelo pacote econômico eram representadas em um duplo movimento: de forma heroica, porque iriam acabar com a inflação (através do “tiro certo” com o qual Collor afirmava que a golpearia fatalmente) e, ao mesmo tempo, como vilãs, porque provocaram tumultos em caixas eletrônicos e em supermercados, saques e até mortes.

A imprensa também acabou revelando alguns jornalistas que se aproximaram do papel simbólico de “heróis”, que chamamos de “jornalistas-personalidades”. Lillian Wite Fibe, que também consolidou sua carreira no jornalismo de economia, foi uma das “heroínas” da cobertura do Plano Collor I, na *TV Globo*, conforme lembram seus colegas de profissão Miriam Leitão e Sidnei Basile.

Para Miriam Leitão, o jornalismo de economia se popularizou durante a sucessão dos planos econômicos pós-redemocratização e a atuação de Lillian Witte Fibe foi uma das representações dessa popularização:

Eu acho que o jornalismo de economia se popularizou ao longo desse tempo. O que aconteceu aí, por exemplo, foi que a Lillian Witte Fibe ficou muito famosa. Ela foi entrevistar a Zélia e fez perguntas muito agressivas. E ela é muito boa jornalista e conseguiu mostrar que a Zélia não sabia o que responder. Naquele momento, a Lillian representou o desabafo nacional, porque ela foi e colocou a Zélia contra a parede, fez perguntas incisivas, sabia o que tinha de perguntar. É uma jornalista que fez uma carreira de jornalismo financeiro, era muito de finanças. Quando eu cobria o Itamaraty, ela cobria o Ministério da Fazenda para a *Gazeta Mercantil*. Ela faz parte desse quadro de mulheres na cobertura de economia. E ela foi muito feliz nas perguntas que fez para a Zélia. Ela ficou famosa, porque tinha colocado o dedo na garganta de uma louca, que tinha roubado o dinheiro das pessoas. Então, eu acho que ela representa muito bem esse fenômeno, que é a pessoa que vai para a televisão e fala o que você está querendo que fale e defende o seu bolso. Eu acho que ela representou muito bem esse personagem aí.

O jornalista Sidnei Basile (2002, p.76) ressalta que o confisco da poupança empreendido pelo presidente Collor foi um dos eventos da história recente do país que teve fundamental importância para o crescimento da imprensa de economia:

De repente os brasileiros, pessoas físicas e jurídicas, acordaram sabendo que só teriam disponíveis no banco 50 cruzados novos, que era de fato muito pouco dinheiro. Como isso era possível? Como alguém tinha esse poder? Se o tinha, por que o tinha exercido? E se o tinha exercido, quão desesperada devia ser a situação do país para levá-lo a isso? E, se estava assim, como ficava o nosso futuro? E o dos nossos filhos? Receberíamos o nosso dinheiro de volta? Essas e muitas outras questões, extremamente angustiantes, infernizaram o cotidiano dos cidadãos. Precisavam entender o que ocorria. Era uma oportunidade de ouro para os veículos. Eles não a perderam. Investiu-se muito na cobertura econômica e de negócios e, sobretudo, na explicação dos vetores que afetam as finanças pessoais dos cidadãos. Diversos jornalistas se notabilizaram pela integridade e coragem com que interpretaram as inquietações, ansiedades e fúria do público, destacando, entre eles, Lillian Witte Fibe que, vinda da mídia impressa, na *Gazeta Mercantil*, consolidou uma reputação de excelência em jornalismo econômico na cobertura da *Rede Globo*. Os jornais diários passaram a abrir seções de finanças pessoais para seus leitores e novos canais de comunicação começaram a se estabelecer com esse público ávido.

Lillian Witte Fibe começou a cobrir economia no jornalismo impresso, como repórter na *Folha de S.Paulo*, onde entrou em 1973, quando ainda estava no segundo ano do curso superior em Comunicação Social na USP. Em 1975, ela foi trabalhar na editoria de Finanças da *Gazeta Mercantil*. Entre outubro de 1982 e dezembro de 1983, apresentou um programa

diário chamado *Dinheiro*, de quatro minutos de duração e que ia ao ar de madrugada, um tempo que a *Gazeta Mercantil* comprava da *Bandeirantes*. Em janeiro de 1984, foi convidada para ser repórter de economia da *TV Globo*, inicialmente no *Jornal da Globo* e, em seguida, no *Jornal Nacional*. Ela falou sobre sua atuação na área e seu trabalho na época do governo Collor em uma entrevista que concedeu a Alzira Alves de Abreu em 1997 (e atualizada em 2005):

Em 1987, a *Globo* ia lançar um programa chamado *Globo Economia*, que iria ao ar depois do *Jornal da Globo*, com duração de cerca de três minutos. Fui convidada a fazê-lo e aceitei. [...] Em 1988/1989, Boni resolveu acabar com o *Globo Economia* e embuti-lo no *Jornal da Globo*, e tive que passar a fazer uma coisa mais enxuta. Comecei a fazer comentários de economia para o *Jornal Nacional*. Em março de 1990, Collor toma posse, faço aquela antológica entrevista com a Zélia Cardoso de Melo, da qual todo mundo se lembra até hoje, e aos poucos vou sumindo das câmeras da *Globo*. Não sei por que, não me pergunte por que, mas comecei a ser menos usada. Continuava a fazer meus comentários para o *Jornal da Globo*, mas para o *Jornal Nacional*, por exemplo, nunca mais ninguém me chamou.

A polêmica entrevista com a Ministra da Economia foi feita, ao vivo, por Lillian e por Carlos Monforte, no dia 17 de março de 1990, nos estúdios da emissora em Brasília. Ela contou, em depoimento ao Memória Globo (2004, p. 224-228), que eles tentaram esclarecer as dúvidas mais comuns da

população e perguntaram sobre consórcios, cartões de crédito, mensalidades escolares, dívidas e empréstimos:

Um dos trechos que mais pegaram foi quando ela não quis responder como ia remunerar naquele mês a caderneta de poupança que, pela regra, teria que ser corrigida pelos 84% de inflação, a última herança do governo Sarney. Eles não iam dar os 84% e ela não queria dizer. Então eu fiquei perguntando: ‘Mas, por favor, eu não entendi, se eu não entendi o telespectador talvez também não tenha entendido’. E ela brigava comigo, dizendo que já tinha respondido. Mas as pessoas precisavam saber as coisas que eu perguntava para a Zélia: ‘Como é que paga a mensalidade escolar? Como é que paga o condomínio se não tem dinheiro no banco? Como é que fica o cheque especial?’ E ela não tinha resposta para nada. Aquele plano era sem pé nem cabeça, como a história veio provar. Mas, na época, eu não sabia disso, eu só queria entender o que estava acontecendo. Não tinha nenhuma bola de cristal, não sabia que ia ser aquela confusão toda que veio a ser depois, com recessão, inflação. Eu só fazia perguntas imediatas.

A repercussão da entrevista ocorreu justamente em função do tom incisivo usado por Lillian Witte Fibe, que insistiu para que a ministra esclarecesse pontos obscuros do plano.

5.3 A opinião nas páginas dos jornais: apoio e confronto

A preocupação com os rumos da economia era o tema central dos textos opinativos no mês de lançamento do Plano

Collor I. Em *O Globo*, a torcida era maior, e mais enfática, pelo presidente Collor e pelo pacote econômico, do que no periódico paulista. A *Folha* tinha feito oposição a Collor durante a campanha eleitoral para a Presidência — o jornal publicou várias notícias sobre irregularidades em sua vida política¹⁰⁰ — e teve problemas logo depois de sua posse.

Na edição seguinte ao anúncio do pacote, no dia 17 de março de 1990, o *Diário Carioca* trouxe o editorial “Imperativo moral”, em sua página 4, no qual fazia a defesa das mudanças operadas pelo novo governo e que esse tom de moralidade apregoado pelo “Brasil Novo” deveria “espraiar-se até a mais modesta prefeitura e a mais distante Câmara de vereadores”.

No dia 18, a defesa continuava no editorial *Desestatizar é desalienar*. Neste texto, exaltava esse novo momento do país com a entrada de Collor na Presidência e com suas intenções neoliberais colocadas a favor do desenvolvimento, como mostra um de seus trechos:

Surge, em síntese, a perspectiva de um Brasil autêntico — aquele da coletividade nacional, criadora verdadeira de nosso patrimônio econômico e cultural. Surge a economia devolvida a seus agentes próprios, a iniciativa privada; surge a cultura reposta em sua origem. [...] O Brasil moderno é outro nome do Brasil da cidadania.

¹⁰⁰ Na edição de 22 agosto de 1989, a *Folha* denunciou a formação de uma rede informal de televisão, que reunia mais de 20 emissoras, montada de forma sigilosa e custeada por Collor, para a inserção diária de propaganda sua em diferentes telejornais (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 81).

No diário paulista, os editoriais dos primeiros dias que se seguiram ao lançamento do Plano Collor registravam a violência do plano e a preocupação com o que as medidas causariam. Um exemplo foi o texto “Plano Collor”, publicado em 17 de março, no qual a *Folha* dizia claramente que apoiava a proposta de privatização e que ela era correta “para a necessidade de reformular o papel do Estado na economia”.

O 5º parágrafo desse editorial dizia que o jornal já vinha reiterando algumas medidas que deveriam ser tomadas: “A importância de um vigoroso ajuste fiscal e de um esforço coletivo inédito no sentido de extirpar definitivamente a inflação vem sendo reiterada enfaticamente por esta *Folha*”. A citação direta ao posicionamento do periódico em seus editoriais é uma forma de autolegitimar sua relevância na sociedade, uma vez que se colocou em uma posição de indicar possíveis caminhos para o desenvolvimento do país.

No dia 18, o texto *Custe o que custar* também falava da radicalidade do plano, mas que ele era “necessário para combater uma inflação de 80% ao mês” e que era importante que desse certo. Essa mensagem sobre a necessidade de obter êxito apareceu em editoriais de outras edições da *Folha*, que avançavam na discussão das medidas¹⁰¹.

No dia 20, *O Globo* publicou “A crença no estado” para fazer um apelo ao Congresso a fim de que analisasse as medidas provisórias baixadas pelo governo. O periódico enfatizava

¹⁰¹ No dia 19 de março de 1990 foram publicados editoriais com mensagens semelhantes: *Tudo ou nada* e *Não há tempo a perder. Não há como recuar* (p. A-2).

que a eficácia de uma ação contra a crise estava, pois, a partir daquele momento, nas mãos do Legislativo.

No restante do mês, a ênfase nas medidas e na necessidade de se eliminarem barreiras para que o plano desse certo foi a tônica da posição de *O Globo*, em suas páginas de opinião, até ir parar na capa, no dia 22 de março, quando o jornal publicou o texto *Remover obstáculos*. Nele, fazia a defesa do Plano Collor, como ilustra seu primeiro parágrafo:

Há dois aspectos do Plano Collor que precisam ser vistos em conjunto: ele tanto representa um choque, de violência jamais vista no país, como é tecnicamente correto. Tem tudo para dar certo, e precisa dar certo — pois não há alternativa a não ser o caos.

Observa-se que o mesmo tom catastrófico propagado pelo presidente se espraiava pelos textos opinativos. Na entrevista que Collor deu para a *TV Globo*, no domingo, 18 de março, por exemplo, ele disse que o plano não poderia sofrer modificações em sua estrutura, pois isso causaria a quebra do país. “O plano é a única e última saída para o país”, afirmou. Os jornais fizeram matérias sobre as declarações que ele deu para a emissora de TV.

Na edição dessa data, *O Globo* publicou outro editorial, na página de opinião, com o título *Para voltar ao normal*, no qual pedia às autoridades econômicas que compreendessem e explicassem ao cidadão com clareza sobre como se “comportar numa realidade transformada”.

No dia 21, a *Folha* assumia uma posição parecida com a de *O Globo* e apontava para a necessidade de o Legislativo

viabilizar o Plano Collor com o editorial *Nas mãos do Congresso*. O jornal paulista defendia, ainda, uma maior radicalização na reforma administrativa, em um segundo texto opinativo, na página A-2, intitulado “Mais austeridade”.

A reforma administrativa era outro aspecto da plataforma de mudanças que Collor queria introduzir no país. Depois do pacote de medidas econômicas, ela foi o segundo mecanismo acionado pelo presidente. Também foi implantada no dia 16 de março de 1990, por meio da Medida Provisória nº 151, e propôs a diminuição do número de ministérios de 27 para 12, criando dois complexos gigantescos: o da Economia e o da Infraestrutura. Ela não teve outro sentido, além de realizar demissões maciças no serviço público e nos órgãos da administração indireta, na suposição de aliviar a folha de pagamento do pessoal civil do governo federal (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 55)¹⁰².

Associado ao plano de medidas econômicas e à reforma administrativa veio um terceiro item, relacionado com a política que o governo adotou para combater a inflação e que teve como base o desaparecimento das obrigações empresariais do Estado. Esse objetivo fundamentou-se na realização de um programa, elaborado pela equipe econômica, de transferência da propriedade das empresas estatais para o setor privado.

¹⁰² A reforma também instituiu o Ministério da Ação Social, que substituiu o do Interior. O Gabinete Civil foi transformado em Secretaria Geral da Presidência da República e, da mesma maneira que o Estado-Maior das Forças Armadas, perdeu o *status* de ministério. O Conselho Nacional do Petróleo passou a se chamar Departamento Nacional de Combustíveis, e o Instituto Nacional de Previdência Social – INPS, recebeu a denominação de Instituto Nacional de Seguridade Social – INSS (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 55).

Foram duas as medidas provisórias nesse sentido: a nº 155 e a nº 157. Baixadas também no dia 16 de março, a primeira criou o Programa Nacional de Desestatização (PND) e a segunda dispôs sobre a instituição dos Certificados de Privatização. O PND teve como principal objetivo reordenar a posição estratégica do Estado na economia, transferindo à iniciativa privada atividades que eram exploradas pelo setor público. Já os certificados, se constituíram de títulos de emissão do Tesouro Nacional, nominativos e não negociáveis, exceto com expressa autorização do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, sem data de resgate (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 57).

O que, pois, o terceiro mecanismo de ação do governo Collor inseria de relativamente novo nos rumos da política e da economia do país naquele início da última década do século XX?

Nos anos 1990, o liberalismo, que já havia sido adotado na maior parte da América Latina, implantou-se no Brasil, a partir do governo Collor. O discurso liberal radical, combinado com a abertura da economia e o processo de privatizações, inaugurou o que se pode chamar de “era neoliberal” no país.

Conforme destaca Filgueiras (2003, p. 83-84), até então, durante o governo Sarney, de uma já forte massificação e propaganda dessa doutrina nos meios de comunicação de massa, havia uma resistência à “onda liberal”, calcada, principalmente, na ascensão política, durante a década de 1980, dos movimentos sociais e do movimento sindical. Com o governo Collor e o seu plano econômico, assistiu-se a uma ruptura econômico-política que marcou definitivamente a trajetória do

desenvolvimento do Brasil nos anos 1990. Pela primeira vez, para além de uma política de estabilização, surgiu a proposta de um projeto de longo prazo, que articulava o combate à inflação com a implementação de reformas estruturais na economia, no Estado e na relação do país com o resto do mundo, com características nitidamente liberais.

O Brasil se inseria, portanto, no cenário mundial de onda neoliberal que se intensificaria nas duas últimas décadas do século XX, quando o paradigma keynesiano foi substituído por outro, o monetarista, o qual restaurou as crenças liberais que haviam sido dominantes até a década de 1930. Singer (2001) destaca que voltou a prevalecer a ideia de que os mercados se equilibram em pleno emprego e de que as pessoas sem trabalho se encontram voluntariamente nessa situação, porque não aceitam a remuneração oferecida pelo mercado. Assim, a revolução keynesiana se esgotou mundialmente, e a contrarrevolução monetarista tomou seu lugar. Os estados nacionais, a começar pelos EUA, abandonaram qualquer pretensão de controle dos fluxos de capital privado, entregando, com isso, o comando da conjuntura econômica mundial ao jogo especulativo dos grandes blocos econômicos de capital privado multinacional.

Em termos públicos, o fenômeno recebe o nome de globalização, mas politicamente coincide com a ideologia do neoliberalismo, uma plataforma econômico-político-social-cultural, empenhada em governo mínimo, fundamentalismo de mercado, individualismo econômico, autoritarismo moral. De um modo geral, livre trânsito de *commodities* e a velocidade

circulatória dos capitais especulativos são valores excelsos da nova economia (SODRÉ, 2002, p. 14).

A vitória ideológica da tese neoliberal, que sacrifica o princípio da solidariedade social sob o argumento de uma suposta eficiência econômica, deu-se, nas últimas décadas do século XX, com o colapso da economia soviética, planificada e estatal.

Nestor Garcia Canclini (2001, p. 41-42), ao refletir sobre a globalização, diz que esse processo supõe uma interação funcional das atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo. As decisões políticas e econômicas são tomadas em função das seduções imediatistas do consumo, do livre comércio.

A possibilidade de situar a origem da globalização na segunda metade do século XX, para Canclini (2003, p. 41-43), advém de sua diferença com relação à *internacionalização* e à *transnacionalização*. A *internacionalização* da economia e da cultura teve início com as navegações transoceânicas, a abertura comercial das sociedades europeias para o Extremo Oriente e a América e a conseguinte colonização. Os navios levaram aos países centrais objetos e notícias desconhecidos na Espanha, em Portugal, na Itália e na Inglaterra.

O outro processo, a *transnacionalização*, se formou mediante a internacionalização da economia e da cultura, mas deu alguns passos além, a partir da primeira metade do século XX, ao gerar organismos, empresas e movimentos cuja sede não se encontrava exclusiva nem predominantemente em uma nação.

Já a *globalização*, teria se preparado nesses dois processos anteriores por meio de uma intensificação das dependências recíprocas, do crescimento da aceleração de redes econômicas e culturais que operavam em escala mundial. Nesse momento, ressalta Canclini (2003, p. 42), ocorreria uma interação mais complexa e interdependente entre focos dispersos de produção, circulação e consumo¹⁰³.

Para Octávio Ianni (2004, p. 313-314), o neoliberalismo compreende a liberação crescente e generalizada das atividades econômicas: a produção, a distribuição, a troca e o consumo. O que está em causa, portanto, é a busca maior e crescente de produtividade, competitividade e lucratividade, tendo em conta mercados nacionais, regionais e mundiais.

Muniz Sodré (2003, p. 39) chama a atenção para a existência de duas formas de globalização. A primeira seria a

¹⁰³ A globalização começou a ocorrer de forma mais delineada após a II Guerra Mundial (1939-1945), acentuou-se a partir da queda do Muro de Berlim (1989) e ganhou mais vigor com o fim da Guerra Fria (1990), a desintegração da União Soviética (1991) e a abertura das rotas chinesas para a economia ocidental. Foi no final do século XX que esse processo se consolidou, com a queda de barreiras alfandegárias entre os países e a revolução tecnológica, em particular no campo da informação (telefonia, televisão e computador). Essa “revolução” de base microeletrônica criou as condições físicas para um maior e instantâneo intercâmbio entre as economias e Estados nacionais. Barateou a produção, o processamento e a transmissão do conhecimento. Combinada com a desordem monetária, que começou como circunstancial, mas integrou-se ao sistema, deu origem ao aspecto mais visível da globalização no plano econômico: a autonomia do mercado financeiro em relação ao Estado-nação e entidades supranacionais, como o FMI ou a União Europeia, e a sua volatilidade. A combinação desses fatores provocou drásticas mudanças no processo produtivo, liderado por empresas transnacionais, e, sobretudo, na forma como são feitos os investimentos mundiais. As grandes empresas se organizaram mediante fusões e parcerias e ampliaram seu poderio econômico. Seu poder de investimento inverteu a relação entre governo e iniciativa privada (BAUMAN, 1999; CHOMSKY, 1999; ALONSO, 2000; MORAES, 2001, 2001a e 2003; IANNI, 2004).

forma real em curso, em que a globalização e o mercado favorecem a desigualdade econômica e política em escala mundial, mas também a dimensão intersubjetiva, em que é cada vez mais acirrada a competição pelo trabalho e pela dignidade da existência. No formato, globalização e mercado são os significantes que articularam a construção sociolinguística de uma realidade compatível com a ideologia neoliberal, dissimuladora da concentração do capital financeiro e do mecanismo de desemprego crescente. Finalmente, fora do centralismo financeiro do capital, a globalização tende a impor-se apenas como ideologia e virtualidade. Sua segunda forma seria o seu *formato midiático* ou a sua representação social trabalhada pelas “elites logotécnicas” constituídas por jornalistas, financistas, professores, especialistas em *marketing*, artistas, tecnoburocratas de um modo geral.

Nos anos 1990, a imprensa vai atuar de forma importante na campanha neoliberal pelo desmonte do Estado social-democrata e pelo processo de naturalização da ideologia da globalização, especialmente nos países periféricos (KUCINSKI, 2000, p. 14). Essa análise é compartilhada por vários autores. Sodré (2003, p. 35) diz que a chamada grande mídia fabrica o consenso sobre a superioridade das economias abertas, insistindo que não há saída fora dos pressupostos neoliberais. “Aliados ao *marketing* e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios de comunicação desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia liberal de mercado.” Robert Mcchesney (2003, p. 217-242) reforça que a globalização econômica e cultural seria claramente impossível sem um

sistema de mídia comercial global para promover os mercados globais e encorajar os valores do consumo.

Sendo assim, na cobertura jornalística do Plano Collor, a atitude neoliberal do presidente foi vista como um sinal de progresso para o país e dessa forma foi retratada pela imprensa. Por outro lado, suas atitudes foram, em alguns momentos, criticadas.

Isso ficou particularmente explícito no episódio da invasão da Polícia Federal à *Folha*. Antes desse caso, o diário paulista já havia feito alguns editoriais criticando explicitamente o presidente Collor. No dia 22 de março de 1990, o periódico publicou o texto *Escalada de intimidações*, no qual abordava a atitude intimidadora do poder público com relação ao cumprimento das medidas anunciadas; e *Margem para aperfeiçoar*, que identificava pontos passíveis de ajuste no plano.

Mas, do dia 24 ao dia 26, o tom crítico ganhou mais força em função de um episódio de invasão da *Folha*, que gerou as manchetes do diário paulista durante três edições. No dia 24, a manchete foi *Polícia federal invade a Folha* e, ao seu lado na capa, foi publicado o editorial *A escalada fascista*.

A notícia era que a Polícia Federal havia feito duas horas e meia do que o jornal classificou como “truculenta inspeção” na sede da *Folha*, em São Paulo. A suspeita era de irregularidade na troca de faturas emitidas em cruzeiros. A operação financeira, segundo se defendeu o jornal, estava expressamente autorizada pela cartilha que havia sido distribuída pelo Ministério da Economia para explicar o funcionamento e os procedimentos a serem adotados na aplicação do plano.

No editorial, a *Folha* chamou Collor de fascista e o “Brasil Novo” de ditadura. Defendia a democracia e condenava a atitude do governo de usar a força física em uma “escalada repressiva”. Dizia que o diário havia criticado a candidatura de Collor, como todas as outras, mas que havia aprovado a audácia do presidente na edição das medidas econômicas. “Não se agrediu um jornal. Agrediu-se a democracia”, dizia o texto. A repercussão do caso foi retratada em várias páginas do diário paulista.

O jornal, como vítima da ação, atribuiu às denúncias que publicou contra Collor, ainda durante sua campanha eleitoral, a motivação para o primeiro ato de repressão do recém-empossado governo a um órgão de imprensa.

Na edição que estampava a invasão na manchete, outro editorial foi publicado na página A-2 com o título: *Instrumento do caos*. No texto, a *Folha* reiterava seu apoio ao combate à inflação, mas ressaltava que era “contra o fascismo do governo com prisões arbitrárias, ameaças de devassa fiscal, invasões policiais”.

No dia 25 de março de 1990, nova manchete sobre o caso: *Collor autorizou invasão da Folha*. Dois editoriais sobre o assunto foram publicados na página de opinião: *É preciso resistir* e *A era Collor*. Neles, a *Folha* dizia que o governo estava “se transformando em sinônimo de opressão do Estado, em totalitarismo, violência, arbítrio e iniquidades” e que a democracia estava em perigo, porque as atitudes do governo atingiam a liberdade de imprensa e os direitos elementares do cidadão.

A manchete do dia 26 foi *Câmara prepara inquérito sobre a invasão da Folha* e os editoriais da página de opinião foram:

Pretexto para a agressão — sobre o argumento da Polícia Federal para invadir o jornal — *E definições para a dívida* — sobre a renegociação externa. Nessa edição, a *Folha* publicou, na capa, uma nota oficial, na qual explicava o caso e se defendia.

A repórter especial da *Folha* Elvira Lobato se lembra desse episódio no seu livro *Instinto de Repórter* (2005), no qual conta como foram feitas algumas reportagens que publicou ao longo de 19 anos de atuação no diário paulista. Uma série delas, sobre denúncias do governo de Collor, em Alagoas, foi publicada em maio de 1989¹⁰⁴:

Na campanha eleitoral de 1989, fui cinco vezes a Alagoas investigar atos relativos à gestão de Collor no governo do Estado e à sua campanha. A *Folha* foi o único grande jornal a investigar o candidato de forma sistemática e, por esse motivo, foi perseguida quando Collor chegou ao poder. No dia 23 de março de 1990, seis fiscais da Receita Federal, dois agentes e um delegado da Polícia Federal invadiram o prédio da *Folha*. Collor foi avisado pela ministra da Economia, Zélia Cardoso de Melo, de que a PF faria uma diligência no jornal, e o presidente a autorizou a seguir em frente. O pretexto da invasão era conferir se o jornal estava cobrando faturas publicitárias em cruzados novos ou em cruzeiros, que

¹⁰⁴ As matérias mostraram que Collor havia aumentado em oito vezes os gastos com publicidade, nos cinco meses finais de seu governo em Alagoas, quando já se preparava para disputar a eleição presidencial, e que também aumentara em 5.276% a verba para “despesas de caráter secreto” e gastara US\$ 1,1 milhão em aluguel de jatos, pesquisas de intenção de voto, recepções, banquetes e em presentes — flores, cristais e prataria — para amigos e correligionários (LOBATO, 2005, p. 67).

havam sido recriados. A Associação Nacional de Jornais (ANJ) havia orientado as empresas jornalísticas a fazer a cobrança em cruzeiro, mas só a *Folha* foi invadida (LOBATO, 2005, p. 67).

Ao se sentir atacada, a *Folha* reagiu também com ataques em editoriais e em matérias, como a que comparava as atitudes de Collor as do político italiano Benito Mussolini. Diante da ofensiva, Collor acabou recuando e o fato foi comentado pelo diário. No dia 27, a *Folha* publicou o editorial “Sinal positivo”, sobre o presidente ter voltado atrás nas medidas rígidas de fiscalização. Publicou também o texto opinativo “Números da poupança”, no qual apontava contradições nos números sobre o bloqueio desse tipo de aplicação.

No dia 28, reiterava a posição do jornal no editorial *Retorno ao equilíbrio* e dizia que, assim como refutou, e refutaria qualquer tentativa de intimidação, estava pronta para apoiar os esforços de harmonização entre Estado e sociedade:

Ao analisar os textos opinativos, verifica-se, no discurso do jornal, o reforço do papel da imprensa de vigiar os poderes como uma função ideológica, ao mesmo tempo em que ele legitima sua importância, diante da sociedade, como com o papel de apontar caminhos e criticar eventuais atentados contra a democracia.

5.4 A transição para o Plano Collor II

Economistas duvidavam da viabilidade, em longo prazo, do Plano Collor, porque ela dependia de instrumentos

temporários, como o controle dos preços e o congelamento das poupanças. Por uns poucos meses, contudo, a terapia do choque pareceu funcionar. A inflação caiu a zero e o déficit fiscal foi reduzido.

Conforme registra Skidmore (2003, p. 305-306), esse ataque dramático à inflação foi acompanhado pela demissão de milhares de servidores federais. Os sindicatos de funcionários públicos protestaram e os trabalhadores demitidos recorreram a mandados de segurança para restaurar seus empregos. Collor também reduziu drasticamente as tarifas de importação brasileiras, que estavam entre as mais altas do mundo, e tomou o rumo da privatização. O Brasil tinha, então, 200 empresas estatais. Muitas haviam se tornado refúgios para indicações de apadrinhados. O presidente anunciou que o governo começaria a leiloá-las para compradores privados, inclusive estrangeiros.

A implementação da política econômica se deu por meio de um dilúvio de decretos presidenciais (MPs), em 1990, mostrando pouca inclinação do presidente para negociar com o Congresso¹⁰⁵. Apegou-se ao estilo “imperial” ou “bonapartista”, na suposição de que sua maioria de votos nas eleições presidenciais iria, por si, legitimar-lhe a audácia e desqualificou, sistematicamente, os poderes Legislativo e Judiciário. No final de 1990, contudo, sua investida havia despertado forte oposição (SKIDMORE, 2003, p. 306; FILGUEIRAS, 2000, p. 85).

O primeiro ano de governo de Collor se encerrou com o país imerso na recessão, com a inflação novamente ascendente,

¹⁰⁵ Desde sua posse até janeiro de 1991, Collor emitiu uma média de 14 decretos (MPs) por mês. Durante o resto de seu mandato, de janeiro de 1991 a setembro de 1992, a média mensal foi de menos de um (SKIDMORE, 2003, p. 306).

e com suas principais promessas, obras e palavras de ordem ainda por se cumprirem. Conforme registram Lattman-Weltman, Ramos e Carneiro (1994, p. 60-61), em janeiro de 1991, a inflação continuava em alta e a recessão se intensificava. Nas grandes cidades, aumentava também o desemprego. Os empresários elevavam o tom de suas reclamações contra as altas taxas de juros e os sindicatos já não suportavam a estagnação dos índices salariais. Collor, por sua vez, dava as primeiras demonstrações de dúvidas e de defensiva. Admitiu a indexação salarial para os que ganhavam até três salários mínimos. Concordou em conversar com os empresários sobre a diminuição das taxas de juros. Pretendeu fundir o PRN e o PFL em uma só agremiação, a fim de criar um poderoso dispositivo de apoio parlamentar, em um esforço para salvar o plano econômico. Assim, já assumia feições visíveis de desespero. Enquanto as notícias sobre o pacote não eram boas, o processo de privatização seguia obtendo apoio da grande imprensa.

O programa econômico do governo Collor, como tantos antes dele, estava se desfazendo. Numerosas exceções haviam sido feitas ao congelamento das poupanças e o congelamento de preços também estava entrando em colapso. Seu fracasso deveu-se, principalmente, à enorme desorganização provocada na economia e na vida de cada família devido ao bloqueio do dinheiro e do capital de giro das pequenas empresas (KUCINSKI, 2000, p. 129). Assim, no início de 1991, para a ministra Zélia, não havia outra solução senão tentar um segundo tratamento de choque, batizado por ela mesma de Plano Collor II.

Como os dois jornais desenvolveram a cobertura jornalística dessa segunda investida de Collor contra a inflação? No dia 1º de fevereiro de 1991, a edição do Plano Collor II, anunciado na véspera, foi a manchete dos diários. Os preços e os salários foram congelados, mas a ministra Zélia não utilizou a expressão “congelamento”. Admitiu que houve uma “trégua” nos reajustes que vinham se verificando e não estipulou prazo para sua vigência. Os salários seriam reajustados pela média da inflação registrada nos últimos 12 meses e diferenciados por categoria profissional. Os preços deveriam retroagir aos níveis que vigoravam em 30 de janeiro.

A economia foi formalmente desindexada e foram extintos o *overnight* e os fundos de curto prazo e renda fixa, estabelecendo-se novas formas de remuneração para todos os ativos financeiros, incluindo a caderneta de poupança. O Ministério da Economia justificou as medidas contidas no Plano Collor II como um “aprofundamento da política de combate à inflação e um avanço nas reformas necessárias ao crescimento econômico e à modernização da sociedade brasileira”.

O anúncio do Plano Collor II e as repercussões a respeito das medidas ocuparam a maioria das manchetes dos dois jornais pesquisados entre o final de janeiro e o mês de fevereiro de 1991. Depois, na segunda quinzena de fevereiro, o plano começou a disputar espaço na capa, eventualmente, com a Guerra do Golfo Pérsico.

Esse Plano trouxe ainda menos consenso que o seu antecessor com relação às possíveis consequências que suscitaria para a sociedade brasileira: não havia consenso nem por parte

dos jornais, que tomaram posições diferentes nas abordagens do jornalismo dito informativo e nos textos opinativos, nem por parte das diferentes categorias que sofreriam os impactos do pacote. A desconfiança sobre os rumos da economia do país era geral: população (consumidores), representantes dos trabalhadores, empresários, economistas e políticos apareceram no noticiário para repercutir as medidas e o que viam, principalmente, como contradições.

A cobertura do impacto das medidas no dia a dia da população foi intensa, nos jornais, que iam registrando a falta de produtos, o cumprimento ou não das novas tabelas de preços e as fiscalizações por parte da Sunab. A discussão sobre se o congelamento vingaria ou não foi a tônica de muitas matérias.

As pesquisas de opinião apontavam para uma queda de confiança da população nas novas medidas anunciadas para tentar salvar o Plano Collor. Em 2 de fevereiro de 1991, um dia após o anúncio da segunda edição do pacote, o primeiro impacto era de perplexidade.

A *Folha* trouxe a manchete *População desaprova congelamento*, acompanhada de um gráfico explicativo na capa. E *O Globo* não deu na primeira página, mas na página 26 da editoria de economia: *População fica perplexa com pacote*. A matéria dizia que uma pesquisa feita pelo *DataFolha*, no Rio e em São Paulo — com 624 cariocas e 1.041 paulistas —, mostrava que 52% consideravam-se pessoalmente mais prejudicados que beneficiados com o plano.

Poucas pesquisas apontaram depois resultados mais positivos, como a que *O Globo* publicou em sua editoria *O País*

no dia 23 de fevereiro: “Ibope constata aprovação ao Plano Collor II”. Segundo a matéria, 49% dos 2.680 entrevistados diziam que aprovavam o pacto, 67% concordavam com o congelamento, 52%, com a desindexação da economia e a unificação das datas-bases e 34% não tinham opinião formada.

Mas o clima geral registrado nos jornais era de preocupação com o andamento da economia e não faltaram especialistas na área para falar isso nas páginas dos periódicos. Mentores de planos econômicos, Carlos Bresser Pereira e Francisco Lopes foram dois economistas de relevância ouvidos. Ambos falaram que era muito difícil o novo pacote dar certo¹⁰⁶.

Havia divergência até entre a própria equipe econômica do governo. Chegou-se a noticiar que eles tinham colocado os cargos à disposição de Collor antes do anúncio da segunda edição do pacote. A *Folha* deu matéria sobre isso na editoria de economia de sua edição de 3 de fevereiro de 1991: *Zélia e sua equipe chegaram a pedir demissão* (p. B-6). O texto falava dos bastidores da formulação do Plano Collor II e dizia que a equipe tinha feito isso por conta dos rumos que a economia vinha tomando, mas que o presidente não havia aceitado a demissão. O episódio foi confirmado pela ministra em sua biografia¹⁰⁷.

Depois do lançamento das novas medidas, houve momentos de divergência entre a própria equipe, os quais se

¹⁰⁶ A entrevista com Francisco Lopes teve como título *Plano Collor II não liquidará inflação* e foi publicada em *O Globo* de 24 de fevereiro (ECONOMIA, p. 44); no mesmo jornal, no dia 27, saiu a matéria *Bresser: plano caminha para o fracasso* (ECONOMIA, p.22).

¹⁰⁷ SABINO, Fernando. *Zélia uma paixão*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 1991.

tornavam públicos e geravam ainda mais desconfiança e preocupação.

A própria ministra se propôs a negociar com os políticos o apoio ao Plano Collor II. Para ela, o que faltava mesmo era o empenho da própria sociedade. O presidente, segundo ela, tentou de todas as maneiras se entender com os líderes políticos, especialmente com o PSDB, que se recusava a sair de cima do muro. Mas era preciso conquistar a boa vontade e a colaboração efetiva por parte dos empresários, banqueiros, políticos, sindicatos e entidades profissionais (SABINO, 1991, p. 207).

Nos textos opinativos, os jornais discutiram as mudanças na maior parte dos editoriais do mês de fevereiro de 1991, e o diário paulista manteve uma posição forte de crítica ao presidente e ao governo, a mesma que já havia adotado nos meses anteriores.

O *Globo* publicou editoriais analisando as medidas econômicas, mas com menos acidez nas palavras que a *Folha*. Mas o destaque do jornalismo opinativo do jornal carioca do período analisado está na edição do dia 25, em um texto, na capa, assinado pelo proprietário das Organizações Globo, Roberto Marinho, com o intuito de defender o pacote econômico. Com o título *É hora de cumprir promessas*, o dono do diário falava sobre o plano e afirmava que a batalha era de todos e não só do governo. “Trata-se de uma batalha em que todos ganham ou todos perdem. Está em jogo o destino do país. Negar-se a colaborar no esforço comum não é atitude de oposição. É traição”, enfatizou.

5.5 A derrocada de Collor

Durante os tumultuados dias do governo Collor, diferentemente dos períodos analisados dos planos econômicos anteriores, o recurso de colocar editoriais na capa dos jornais para comentar fatos de impacto ganhou o reforço simbólico de serem eventualmente assinados pelos proprietários dos veículos de comunicação. Como ocorreu com *O Globo* com o texto em prol do plano econômico assinado na capa por Roberto Marinho, o diretor de redação da *Folha*, Otávio Frias Filho também colocou sua assinatura na primeira página, mas em uma investida declarada contra o presidente.

O diário paulista continuava investindo em matérias sobre irregularidades no governo Collor e publicou, na capa de 25 de abril de 1991, a *Carta aberta ao Sr. Presidente da República*, assinada por Frias Filho, um dos quatro jornalistas que estavam sendo processados por Collor. Nessa carta, o diretor criticava o presidente, que conclamava o entendimento nacional, em um momento que Frias Filho descreveu da seguinte forma:

Depois de empobrecer a população, vender a fantasia de que os problemas nacionais seriam solucionados num passe de mágica, violar a Constituição, humilhar o Congresso, jogar o país numa recessão profunda e, naturalmente, fracassar desde logo à luz das expectativas delirantes então criadas, o Sr. resolveu vestir a pele de cordeiro ao recorrer ao entendimento nacional. Esse entendimento é o outro nome da impotência a que o Sr. chegou decorrido apenas um quinto do seu mandato.

Após comentar o processo de que era vítima por parte de Collor, Otávio Frias Filho destacou que a *Folha* “apoiou as linhas gerais da campanha proposta contra a inflação” e sustentava ideias congruentes com as do presidente no que se referia “à privatização, à redução da máquina do Estado, à luta contra as desigualdades sociais e regionais, à modernização tecnológica, ao combate contra a economia de cartório e à integração do Brasil nos quadros do mercado internacional”. E concluía dizendo que: “do ponto de vista programático, há mais convergência do que divergência entre as posições do jornal e aquelas que o Sr. vem pregando [...]”.

Antes desse editorial, a *Folha* já vinha publicando, no segundo semestre de 1990, matérias sobre denúncias de corrupção que, inicialmente, envolviam o segundo escalão do governo Collor¹⁰⁸. Além das irregularidades que vinham sendo noticiadas pela imprensa, começaram a surgir escândalos de outra natureza. O jornal *Estado de S. Paulo* revelou, em setembro de 1990, o romance entre o ministro da Justiça, Bernardo Cabral, casado, e a ministra da Economia, Zélia Cardoso de Mello, solteira¹⁰⁹.

Em outubro, surgiram mais denúncias envolvendo pessoas próximas a Collor e, pela primeira vez, surgia o nome do

¹⁰⁸ Em junho de 1990, a denúncia era de que o então secretário de Transportes do Ministério da Infraestrutura, Marcelo Ribeiro, havia dispensado licitação para contratação de empreiteiras para o programa de recuperação de estradas denominado SOS Rodovias (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 82).

¹⁰⁹ No dia 13 de outubro de 1990, Cabral acabou sendo demitido do Ministério da Justiça e substituído pelo senador Jarbas Passarinho.

personagem que o levaria ao *impeachment*. O então presidente da Petrobras, Luís Otávio da Motta Veiga, demitiu-se da estatal, denunciando pressões para efetuar um empréstimo de US\$ 40 milhões à Vasp, do empresário Wagner Canhedo. O pedido era intermediado por Paulo César Farias, conhecido como PC Farias, tesoureiro da campanha eleitoral de Collor e seu amigo, e pelo secretário-geral da Presidência, embaixador Marcos Coimbra, cunhado do presidente. Era o esquema PC que começava a mostrar a sua força (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 83).

Nos meses seguintes, houve denúncias de compra de cestas básicas sem licitação, que atingiam a primeira dama, Rosane Collor, na presidência da Legião Brasileira de Assistência (LBA)¹¹⁰. No início de maio de 1991, surgiram denúncias de que Zélia Cardoso de Mello teria pressionado os fundos de pensão das estatais para a compra de ações da empresa Sul-Americana de Engenharia (Sade), do empresário e amigo Nelson Tanure¹¹¹.

¹¹⁰ Em fevereiro de 1991, a *Folha* denunciou que a LBA havia efetuado, em dezembro do ano anterior, sem licitação, uma compra de cestas básicas no valor de Cr\$ 66,5 milhões. Em março, a irregularidade se repetiu com a compra de 21.950 cestas. Em junho, a *Folha* voltou a denunciar a compra pela LBA de 1,54 milhão de unidades desse produto, sem concorrência, entre março de 1990 e março de 1991. Em julho, surgiram outras denúncias e a primeira-dama foi acusada de ter gasto Cr\$ 5,3 milhões (valores da época), pagos com dinheiro público, para comemorar, no Palácio Alvorada, o aniversário de sua secretária particular e amiga Eunícia Guimarães (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 84 e 86).

¹¹¹ Tanure acabou se notabilizando depois por comprar empresas semifalidas (como os tradicionais *Jornal do Brasil* e a *Gazeta Mercantil*) e por ter seu nome envolvido em negociações polêmicas.

Somando-se às denúncias, a segunda edição do programa econômico não estava dando os resultados esperados. A aposta do governo na quebra das expectativas inflacionárias havia sido perdida.

Em outubro de 1991, *O Globo*, até então o que mais apoio havia prestado ao governo, mostrando já sua mudança de posição, denunciou o Exército por realizar concorrência superfaturada para a compra de fardas e lençóis para a tropa (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 87).

No início de 1992, a arrogância de Collor e sua indisposição de negociar com os líderes partidários no Congresso, combinadas às suspeitas de corrupção, haviam-no deixado sem meios de mobilizar apoio político. Em maio, a Revista *Veja* publicou uma primeira parte de um dossiê feito pelo irmão do presidente, o empresário Pedro Collor, sobre Paulo César Farias. Segundo o dossiê, PC havia amealhado uma fortuna, diversas mansões e um jatinho, intermediando favores políticos. Em meados do mesmo ano, Collor e seus colaboradores tornaram-se alvos de uma implacável investigação estilo *Watergate*¹¹² (LATTMAN-

¹¹² Caso que levou à primeira renúncia presidencial da história dos EUA em 1974. Teve início em 17 de junho de 1972, quando cinco funcionários do Partido Republicano foram presos, às 2h30, na sede do Partido Democrata, no complexo residencial Watergate, em Washington. O objetivo deles era instalar microfones para acompanhar de perto as atividades do Comitê do Partido Democrata naquele ano de eleição presidencial. Richard Nixon (1913-1994) era candidato à reeleição, com amplo favoritismo (teve 47 milhões de votos contra 29 milhões para George McGovern). A apuração do episódio levou à constatação de que Nixon e todos os homens do presidente estavam envolvidos em diversas operações ilegais e, em particular, no financiamento de campanhas eleitorais e que, ao contrário do que alegava Nixon, a operação tinha conhecimento e o aval da Casa Branca. O *The Washington Post* (com seus jornalistas

WELTMAN;RAMOS;CARNEIRO,1994,p.81-101;SKIDMORE, 2003, p. 307-309).

Foi instalada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar as denúncias e, diante das descobertas que evidenciaram o envolvimento do presidente da República com o esquema PC, o *impeachment* tornou-se frequente em todo o noticiário diário sobre o assunto. O episódio gerou uma mobilização popular contra Collor¹¹³.

O desfecho da história se daria a partir da pressão da população e também da votação histórica da Câmara dos Deputados para abertura do processo de *impeachment*, transmitida ao vivo por todas as emissoras de rádio e TV do país, direto de Brasília, com aprovação por 448 votos, 38 contra, uma abstenção e 23 ausentes.

Com a abertura do processo, Collor acabou deixando a Presidência da República no dia 2 de outubro de 1992 e foi substituído pelo vice-presidente, Itamar Franco. Apenas no dia 29 de dezembro, três meses depois da votação histórica na Câmara, depois de esgotadas todas as tentativas juridicamente possíveis de defesa, em sessão do Senado, Collor renunciou¹¹⁴.

Bob Woodward e Carls Bernstein) teve papel decisivo no caso, graças a informações que lhes eram passadas por uma fonte anônima, apelidada de “Garganta Profunda” (ALONSO, 2000, p. 426).

¹¹³ No dia 13 de agosto de 1992, ele pediu à população que saísse às ruas de verde e amarelo. A oposição, entretanto, pediu para que todos vestissem preto, em protesto contra a corrupção. No dia 16, as ruas das principais cidades brasileiras se encheram de pessoas vestidas de preto, pedindo o *impeachment* do presidente (LATTMAN-WELTMAN; RAMOS; CARNEIRO, 1994, p. 97). O episódio ficou conhecido como uma manifestação dos “caras pintadas”.

¹¹⁴ A lista de naufrágios e tragédias envolvendo Collor não terminaria aí: um câncer no cérebro matou seu irmão Pedro Collor em dezembro de 1994. A

Mesmo assim, o processo de *impeachment* continuou, e ele teve seus direitos políticos cassados por oito anos.

Lattman-Weltman, Ramos e Carneiro (1994) destacam o papel da imprensa nessa trajetória de ascensão e queda do presidente. Para eles, Collor foi o único candidato que conseguiu o apoio “unânime” da “grande imprensa brasileira” em favor de sua candidatura à presidência. Essa “grande imprensa” acabaria sendo “a principal responsável por sua vitória significativa nas urnas”.

Collor foi também o único presidente que, em pouco mais de dois anos de governo, perdeu o mandato sob “a pressão impositiva dos mesmos veículos de comunicação que sustentaram sua ascensão ao poder”. E foi, igualmente, o único chefe do Executivo brasileiro destituído do cargo por um processo de *impeachment*, conduzido pelo Congresso Nacional.

Treze anos depois de sua renúncia, ao dar entrevista sobre a época em que foi presidente, Collor disse que viveu um momento de glória suprema ao ser eleito pelo povo brasileiro presidente de um “país extraordinário” como o Brasil para, depois, “ser apeado do poder”. Para ele, o erro imperdoável de seu governo foi o mau relacionamento que teve com o Congresso Nacional¹¹⁵.

matriarca do clã Collor, Dona Leda, morreu em um hospital paulista, em fevereiro de 1995, depois de passar dois anos e cinco meses em estado de coma irreversível. O tesoureiro PC Farias foi assassinado em junho de 1996 (MORAIS, 2005, p. 69-70). Collor teve seus direitos políticos cassados até 2000. De volta à política, tentou, sem sucesso, se lançar à prefeitura de São Paulo em 2000. Em 2002, candidatou-se a governador de Alagoas, mas foi derrotado por Ronaldo Lessa. Nas eleições de 2006, conseguiu retornar à vida política: foi eleito senador pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), com 550.725 votos (O GLOBO, 2006).

¹¹⁵ Entrevista de Fernando Collor concedida ao jornalista Geneton Moraes Neto para o programa *Fantástico*, da *Rede Globo*, e registrada na íntegra no livro *Dossiê Brasília: os segredos do presidente* (2005, p. 90-125).

Além da falta de diálogo com o Congresso Nacional, outro problema do governo Collor foi seu extravagante sistema de *marketing*, que tinha como eixo o próprio presidente, apresentado em seu perfil de esportista: atlético, ginasta exuberante, capaz de fazer *coopers* quilométricos, arrastando admiradores pelo Brasil inteiro. “Ao extrapolar os limites de um plano de visibilidade, Collor foi criando bumerangues que se voltavam contra ele” (TORQUATO, 2004, p. 19).

Mas o governo Collor teve o mérito de conseguir cortar sucessivos nós que paralisavam a economia brasileira, ajudado por alterações trazidas pela Constituição de 1988: mudanças no comércio exterior, diminuindo a burocracia e permitindo a mais empresas o acesso a mercados e fornecedores internacionais; fim das reservas de mercado, especialmente a da informática; abertura gradual e previsível da economia, induzindo as empresas nacionais a se tornarem mais competitivas; mudanças na política cambial, acabando com o sufoco histórico das crises cambiais; lançamento do Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade, que apontou o caminho o qual o setor produtivo deveria percorrer para competir com os importados; reinserção do Brasil no mercado internacional de capitais, com o levantamento da moratória (NASSIF, 2007, p. 166-167).

5.6 O foco em um leitor “consumidor-espectador-cidadão”

Outra mudança importante que ocorreu durante o governo Collor acabou mexendo com a pauta do jornalismo

de economia no país: o lançamento do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

A defesa do consumidor, como atribuição do Estado, foi apresentada de forma expressa pela Constituição de 1988. Mas, dois anos depois de sua entrada em vigor, justamente no governo Collor, foi lançado o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, um instrumento que tornou as pessoas cada vez mais exigentes, constituindo-se em um enorme poder de pressão para a modernização das empresas e dos produtos.

Essencial para impulsionar os programas de qualidade, o Código veio regular uma série de instâncias, envolvendo não só a iniciativa privada, mas também o governo, no seu papel de educar e assegurar os direitos mínimos do cidadão. Surgiram as redes de Procons no país e o mote “foco no cliente” tornou-se prioritário. O Ministério da Justiça teve de se organizar para isso. Foram criadas as certificações ISO 9001 e 9002, nas suas categorias, para garantir a conformidade dos padrões exigidos ou contratados entre o produtor, o fornecedor e o cliente (NASSIE, 2007, p. 160-161).

A discussão sobre os direitos do consumidor alimentou uma gama de matérias no noticiário e os jornais ampliaram seus espaços para a economia popular. *O Globo*, por exemplo, mantém, desde meados dos anos 1980, páginas específicas na editoria de economia, como o espaço *Defesa do Consumidor*, onde o leitor encontra informações e serviços de interesse popular, inclusive queixas contra produtos, empresas e denúncias

feitas ao Procon. Essa seção teve especial importância na prestação de serviços, durante a implementação dos planos econômicos depois da redemocratização. Muitas das denúncias publicadas fizeram com que o Ministério Público realizasse ações as quais resultaram em mudanças de contratos de bancos, de empresas de turismo e de cartões de crédito.

Os periódicos, por meio desses espaços, reforçam um discurso de enorme poder, pelo fato de conseguirem ajudar consumidores na promoção de ações judiciais que poderiam, mais tarde, até provocar modificações nas práticas econômicas do país. Dessa forma, os jornais estão também construindo um lugar de fala de extrema importância dentro da sociedade brasileira, por interferirem em uma dada realidade a partir da visibilidade que dão a determinados fatos. Esses espaços destinados a questões de utilidade para os leitores estão também relacionados a um tipo de jornalismo que começou a ser valorizado no contexto de final do século XX. Nessa época, houve o fortalecimento dos movimentos de defesa dos excluídos.

Abreu (2003, p. 69), citando Bernard Poulet (1999), autor que analisou as diversas associações surgidas na França na última década do século XX, afirma que esses movimentos nasceram “no momento em que a televisão se converte em meio de massa, tornando possível mobilizar diretamente a solidariedade do público para uma causa humanitária e urgente e permitindo ganhar a simpatia — e os donativos — da opinião pública com um pequeno número de militantes”. Essas novas organizações, que não são nem partidos, nem sindicatos, nem simplesmente as associações de caridade de outrora,

têm um discurso voltado para a afirmação dos direitos, em substituição às velhas reivindicações de direito à moradia, a terra, à saúde etc., e que se desdobram na categoria dos “sem”.

O que esses movimentos têm a ver com o comportamento da imprensa? Alzira Alves de Abreu (2002; 2003a) registra que, entre os profissionais de comunicação, especialmente entre os jornalistas da imprensa escrita, começa a prevalecer o conceito de “utilidade social” da mídia, ideia que identifica a ação jornalística como dirigida a servir aos interesses concretos dos cidadãos, a responder às preocupações dos seus leitores ou de sua audiência — seria o “jornalismo cidadão”.

A questão do “jornalismo cidadão” foi abordada por Rafael Fortes (2004) em um estudo sobre o Plano Cruzado, no qual ele afirma que no Brasil pós-1985 se ampliou o papel da mídia jornalística, fundamental para a construção da cidadania. Mas, ao mesmo tempo em que debatia e apoiava a construção da cidadania, a imprensa legitimava a si mesma nesse processo.

Nos Estados Unidos, essa mesma ideia de “jornalismo cidadão” apareceu no início de 1990 com o conceito de “jornalismo público” (*public journalism*), que atribui aos profissionais da mídia o papel de ajudar os leitores, ouvintes ou telespectadores a enfrentar as dificuldades da vida cotidiana e de dar respostas às expectativas da população em relação a sua região, sua cidade ou seu bairro, por meio do estímulo à cultura cívica. Conforme explica Alzira Abreu (2002; 2003a), esse jornalismo significa, em parte, uma resposta alternativa à concorrência entre os meios de comunicação, pois os

empresários da mídia perceberam que esse é um caminho para atrair o leitor de jornal e conquistar a audiência na televisão e no rádio. Uma de suas consequências imediatas é a preocupação da imprensa em geral em denunciar o não atendimento de necessidades básicas do cidadão, como más condições de assistência nos hospitais, vagas insuficientes nas escolas públicas, o desrespeito ao consumidor, falsificações de medicamentos, falta de controle de qualidade de produtos, violências praticadas pela polícia.

Apesar de dar lucro às empresas de comunicação, esse “jornalismo cidadão”, prossegue Alzira Abreu, permite, ainda que de forma precária e intermitente, o acesso à justiça. Assim, a imprensa torna-se uma espécie de substituta da instituição judiciária, em que a opinião é que julga.

Ao analisar o jornalismo nos anos 1990, a partir da imprensa norte-americana, Thomas Frank (2004, p. 367-404) tem uma posição crítica, ao dizer que essa década foi uma época em que os jornalistas tomaram uma posição de se empenhar em servir, de adotar um “jornalismo público”, capaz de “engajar as pessoas como cidadãs”, e de “ajudar a reviver a vida cívica e fomentar o diálogo público”:

O populismo ameno do jornalismo público foi, portanto, uma conciliação entre as exigências da mídia cada vez mais corporativa e o público alienado. [...] Ao pôr seu selo de aprovação nas inovações características do jornalismo em cadeia — pesquisas de opinião, levantamentos demográficos, grupos de foco, ‘encontros regionais’ — o jornalismo

público abraçou essencialmente o mercado como um arranjo inerentemente democrático. A chave para a solução dos problemas do jornalismo, sustentavam seus líderes, era compreender a edição como serviço ao cliente (FRANK, 2004, p. 380).

A crítica de Frank foi a ênfase no populismo, em detrimento da criatividade e das investigações jornalísticas: “o jornalismo público optou por uma fórmula propositalmente mediana que prometia manter a criatividade jornalística sob rédea curta e protegê-la contra qualquer erupção do velho impulso de investigação”.

Nesse processo, o jornalismo se volta para atender a um “leitor-cidadão” e também consumidor de mercadorias e de informações. O diretor da *Folha*, Otavio Frias Filho, confirmou a tendência da imprensa e do jornal paulista, em particular, de adotar um tratamento noticioso voltado para um “leitor-consumidor”, em uma entrevista concedida a Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman em 1997:

Tendo a concordar que, em alguma medida, o interesse pela política vem decaindo. Tendo a concordar também que, em alguma medida, o interesse por um noticiário que possa ser utilizado de modo mais utilitário tem crescido. Acho que o leitor tem uma relação cada vez menos diletante, cada vez mais utilitária com o noticiário: quer saber como ele pode usar, de que forma ele pode ganhar com aquilo. A gama de assuntos que podem interessar não só cresceu, como se fragmentou de maneira muito forte. [...] No jargão interno, temos discutido

muito os limites e a validade da ideia de que estaríamos transitando de um leitor-cidadão para um leitor-consumidor. O leitor-cidadão seria o leitor muito característico do período dos anos 70 até começo dos anos 80, quando houve uma politização grande da sociedade, as questões institucionais estavam em primeiro plano. Já no período pós-democratização, houve uma prevalência das relações, mais econômicas mesmo, de ganho e perda, com a emergência dessa figura que seria o leitor-consumidor. Essa dicotomia é pouco significativa, mas acho que contém algo de verdade.

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

Essa tendência que o jornalismo adquiriu está imbricada com a cultura do consumo, que representa uma das principais faces da globalização e que ganhou nova roupagem nas últimas décadas do século XX.

A década de 1980 assistiu a uma das mais incríveis redescobertas do consumismo, de acordo com Don Slater (2002, p. 19). O consumidor era o herói do momento, não apenas como provedor aquisitivo que serviria de combustível para o crescimento econômico (embora isso também fosse fundamental, e encorajado pela expansão fenomenal do crédito, pelo financiamento do déficit e por reduções no imposto de renda), mas como o próprio modelo do sujeito e do cidadão moderno.

Inspirada no neoliberalismo — especificamente na economia do governo Reagan e no “thatcherismo” —, a opção do consumidor tornou-se o modelo obrigatório para todas as relações sociais e exemplo do dinamismo e liberdade cívicos. A provisão coletiva e social deu lugar ao individualismo radical. E esse indivíduo era empreendedor dinâmica e descaradamente movido pelo interesse pessoal.

Slater destaca que a década de 1980 anunciou também a subordinação da produção ao consumo, sob a forma de *marketing*: o *design*, a venda no varejo, a publicidade e o conceito de produto estavam em ascensão, retratados na teoria pós-moderna como o triunfo do signo e o embelezamento da vida cotidiana.

O autor ressalta que o consumo é, sempre e em todo lugar, um processo cultural, mas “cultura do consumo” seria singular e específica: “é o modo dominante de reprodução cultural desenvolvido no Ocidente durante a modernidade”. Surgiu, a partir do século XVIII, sendo parte da afirmação ocidental, que a diferenciava do resto do mundo como uma cultura moderna, progressista, livre, racional. Ela designa um acordo social em que a relação entre a cultura vivida e os recursos sociais, entre modos de vida significativos e os recursos materiais e simbólicos dos quais dependem são mediados pelos mercados.

Essa cultura do consumo tem uma particularidade: gira em torno de sua autocriação contínua, ou seja, ela própria é anunciada constantemente como nova. Nos anos 1980, identifica-se mais uma de suas “novas eras”. Nessa época, asserções muito divulgadas sobre a reorganização da produção capitalista e sua relação com o Estado (pós-fordismo, capitalismo

desorganizado, acumulação flexível) diziam que o consumo de massa fordista — o pioneiro dessa cultura — estava dando lugar a uma cultura do consumo de público-alvo ou *marketing* de nicho. “Tanto o neoliberalismo quanto o pós-modernismo¹¹⁶ proclamaram e aparentemente endossaram o assassinato da razão crítica pela soberania do consumidor”, destaca Slater (2002, p. 17-18).

O consumismo ideológico da década de 1980 enfatiza o imediatismo e o individualismo radical e se embasa em uma modalidade de signos e significados (em lugar de necessidades e carências). A cultura do consumo se torna, a partir dessa fase, superficial e ligada às aparências. Realiza o milagre ideológico de vincular a imagem de superficialidade desarticulada aos valores mais íntimos e profundos e a promessas da modernidade: liberdade pessoal, progresso econômico, dinamismo cívico e democracia política. Com o renascimento neoliberal e o desmoronamento do marxismo (no Ocidente e no Oriente), a cultura do consumo foi considerada em termos das liberdades do mercado e, por isso, como avalista tanto do progresso econômico quanto da liberdade individual.

A soberania do consumidor é, portanto, valorizada ao extremo. Para Ianni (2004, p. 324-326), prevalecem, nesse

¹¹⁶ A ideia de “pós-modernismo” surgiu pela primeira vez no mundo hispânico, na década de 1930, uma geração antes de seu aparecimento na Inglaterra ou nos EUA. Mas coube ao filósofo francês Jean-François Lyotard, com a publicação de *A Condição Pós-Moderna* (1979), a expansão do uso do conceito. Em sua origem, pós-modernismo designava a perda da historicidade e o fim da “grande narrativa” — o que no campo estético significou o fim de uma tradição de mudança e ruptura, o apagamento da fronteira entre alta cultura e cultura de massa e a prática da apropriação e da citação de obras do passado (LIMA, 2004).

contexto, as teorias ou os mitos do “individualismo metodológico” e da “escolha racional”. Supõe-se que o indivíduo seja o ator e agente por excelência da organização e do funcionamento da sociedade, a começar pela economia ou o mercado, e que ele tenda predominantemente a agir de modo racional, próprio, deliberado, com relação aos seus interesses, à realização dos seus objetivos. E que agirá mais ou menos racionalmente, conforme a soma das informações de que dispõe, tendo naturalmente em conta as escolhas racionais que também poderão realizar os outros indivíduos situados no mesmo contexto, com base nas informações de que dispõem.

São mitos, segundo Ianni (2004, p. 324-326), que dizem algo sobre as ações e relações sociais entre alguns contextos sociais, mas principalmente no mercado, no processo de compra e venda de mercadorias reais e imaginárias; e que se transferem do mercado para praticamente todos os outros contextos sociais, vistos ou constituídos com base no modelo de mercado. “Desde que se desenvolva essa construção, uma espécie de ‘tipo ideal’, logo se passa a preconizar o individualismo por todos os cantos do mundo.”

Ianni vai mais longe e afirma que o individualismo metodológico e a escolha racional sintetizam-se, em boa medida, no “cartão de crédito”, magnético, transnacional, global. Ele seria o signo por excelência da cidadania no âmbito da sociedade mundial, isto é, do mercado global. O cartão e o consumismo representariam as duas faces mais evidentes do tipo de cidadania do neoliberalismo.

Já Canclini (2001), refuta a acepção de consumo do senso comum, que costuma associá-lo com gastos inúteis e

compulsões irracionais. Em sua visão, trata-se de uma desqualificação moral e intelectual que se apoia em outros lugares-comuns sobre a onipotência dos meios de massa, que incitariam as massas a se lançarem irrefletidamente sobre os bens. Sua definição é de que o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Essa caracterização ajudaria a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado.

Ele enfatiza que o consumo serve para pensar porque quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade, com que combinamos o pragmático e o aprazível (CANCLINI, 2001, p. 45).

O autor compreende o consumo, sobretudo, pela sua *racionalidade econômica* e como sendo onde se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade*.

Richard Sennet (2006, p. 123-162) acrescenta mais um aspecto para esta nossa reflexão sobre “jornalismo-cidadão” e leitores inseridos na “cultura do consumo”. Para ele, estamos diante de uma cultura do novo capitalismo, na qual o “consumidor-espectador-cidadão” é afastado da política progressista — entendida pelo autor como uma boa forma de organização política em que todos os cidadãos acreditam que estão unidos em um projeto comum — em direção a um estado mais passivo. Daí seu estado de espectador.

O jornalismo de economia produziu, portanto, narrativas noticiosas para um leitor “consumidor-espectador-cidadão”. Os leitores de jornais estão inseridos simultaneamente nas culturas do consumo e da mídia. A primeira tem uma inter-relação com a segunda, porque consumimos a mídia e consumimos pela mídia. Como afirma Roger Silverstone (2002, p. 150), somos persuadidos a consumir pela mídia. O consumo seria, ele mesmo, uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados aos objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal e do particular.

Estudar as práticas da imprensa de economia implica estudar o consumo cultural, porque analisamos e refletimos, principalmente sobre a cobertura realizada por um produto cultural (o jornal impresso), que se molda para atender ao público-leitor e estabelecer mediações com ele.

Considerando o conceito de mediações, introduzido por Jesús Martín-Barbero (2003) para abordar a interação entre os meios e seus públicos, podemos dizer que o mesmo ocorre com os jornais impressos com cobertura de economia. Eles não respondem unicamente a interesses comerciais, ao determinar os modos e os ângulos de cobertura jornalística dos fatos econômicos, mas têm também de atender às demandas dos receptores e resignificá-las para que essa cobertura tenha sentido para eles.

Ao analisar o jornalismo de economia, verifica-se que, no Brasil, portanto, a partir da década de 1980 — a que deu início a uma “nova era” da cultura do consumo —, com os

sucessivos planos econômicos que foram implementados na tentativa de conter a inflação, esse subcampo passou a tentar traduzir mais detalhadamente os fatos econômicos. A tendência persistiu nos anos 1990 e se estabeleceu com a adoção, por parte dos jornais, da oferta de “jornalismo público” ou “cidadão” ou de “utilidade” para seus leitores.

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

E não se trata de uma mudança apenas para servir o leitor, com notícias mais didáticas, mas de uma estratégia de adaptação da imprensa, que, como vimos anteriormente, se consolidou durante o regime militar e depois teve de encontrar novos rumos a partir da redemocratização. Teve de se adaptar, portanto, a uma necessidade de sobrevivência no mercado. E os pacotes econômicos foram momentos nos quais os jornais autoafirmaram sua importância, ao tentar desvendar os fatos desse campo específico do conhecimento e aproximá-los da compreensão dos leigos.

NOVOS RUMOS EM TEMPOS DE ESTABILIDADE

O trauma econômico-político que balançou o país em todo o período do governo Collor, desde o confisco até o *impeachment*, levou Itamar Franco ao poder. Segundo vice-presidente a assumir a Presidência da República após a redemocratização, esse mineiro estava filiado ao PMDB desde o tempo em que o partido se chamava MDB e era visto como um político que mostrava pouca compreensão das forças econômicas em ação e de perfil antiliberal (FILGUEIRAS, 2000; SKIDMORE, 2003; PRADO, 2005; CARDOSO, 2006).

Naquele início dos anos 1990, embora o país estivesse sob o comando desse novo presidente, na esfera econômica continuava a questão mais urgente, a inflação. Afinal, o Plano Collor havia durado poucos meses e passou a fazer as famosas “torneirinhas”, ou seja, a liberar liquidez monetária de forma seletiva para determinados grupos que atendiam aos interesses políticos do governo. Nos bancos acadêmicos, os economistas

faziam circular pela imprensa as mais diversas sugestões para adoção de novos pacotes (PRADO, 2005, p. 29).

Itamar Franco expressava dúvidas com relação à sensatez da privatização e se pôs a bloquear sistematicamente a via da política neoliberal de seu antecessor. Depois de “reembalhar” constantemente seus ministros, ele nomeou, em 1993, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso (FHC) ministro das Relações Exteriores, e, depois, em 1994, ministro da Fazenda. FHC era o quarto a ocupar esse cargo em um período de apenas sete meses¹¹⁷. Ele, por sua vez, reuniu uma equipe de economistas reconhecidos, incluindo Pêrsio Árida, Edmar Bacha, André Lara Resende e Gustavo Franco, muitos dos quais haviam colaborado para o Plano Cruzado em 1986 (SKDIMORE, 2003, p. 310; NASSIF, 2007, p. 210-211).

A partir daí, um novo capítulo na história da economia brasileira se desenhou e o jornalismo de economia vai se inserir nesse contexto e se adaptar aos tempos de estabilização.

6.1 As inflações brasileiras e a transição para o real

A inflação no Brasil havia se tornado uma doença crônica. Constituíam-se como um processo que apresentava características muito peculiares, um pouco diferentes daquelas que orientavam o estudo sobre esse assunto em outros países, principalmente nos mais avançados. Sendo assim, não foi à

¹¹⁷ Ao todo, o presidente Itamar Franco teve seis ministros da fazenda entre outubro de 1992 e janeiro de 1995.

toa que se tornou alvo principal do interesse de alguns economistas nas últimas décadas do século XX. No início dos anos 1960, Ignácio Rangel foi um dos primeiros a estudar mais a fundo o assunto, que resumiu no livro *A inflação brasileira*. Estruturalista por formação, ele trouxe uma novidade para o debate dessa época quando sugeriu que a inflação funcionava como mecanismo de defesa da economia. Na recessão, tendia a aumentar porque era por meio dela que as grandes empresas, principalmente os monopólios e oligopólios, conseguiam manter suas margens de lucro em um contexto de baixa demanda (PRADO, 2005, p. 89).

O modelo de Rangel tratava de uma economia fechada, basicamente assentada no setor agropecuário, na qual a inexistência de competitividade externa garantia “poder” aos grandes grupos econômicos. Foi a primeira vez que um economista brasileiro procurou mostrar claramente a relação entre inflação e o conflito distributivo no país. Com a oferta de produtos concentrada em poucas e grandes empresas ou em produtores rurais, ela, uma vez instalada, dificilmente cairia.

Outro livro, publicado sete anos mais tarde, em 1970, se tornaria a principal referência, no país, nos estudos sobre esse tema: *Inflação: gradualismo versus tratamento de choque*, de Mário Henrique Simonsen. Ele firmou a noção de que o processo inflacionário continha um forte elemento de autoalimentação, que parte da inflação presente poderia ser explicada pela passada¹¹⁸.

¹¹⁸ Esse livro foi tão importante que, três anos após sua publicação, rendeu a Simonsen o título de doutor em economia pela Escola de Pós-Graduação em Economia da FGV do Rio de Janeiro, centro de estudo que o próprio Simonsen

Pode-se entender a ideia de “realimentação inflacionária” de Simonsen como um desdobramento de suas observações contidas em um livro anterior, de 1964: *A experiência inflacionária brasileira*. Essa noção surgiu da experiência que o próprio Simonsen tinha vivido no primeiro governo militar, ao lado de Roberto Campos e de Octávio Gouvêa de Bulhões, respectivamente ministros do Planejamento e da Fazenda¹¹⁹.

Simonsen, como assistente de Campos, criou uma fórmula para cálculo de reajuste dos salários, que ficou conhecida como a política do arrocho salarial, mecanismo que preconizava o uso da média da inflação passada para a correção da remuneração dos trabalhadores. Como os salários são um preço fundamental da economia, responsáveis por cerca de 60% do PIB, é a massa salarial que influencia o desempenho da demanda, além de representar um importante fator na estrutura de custos do setor produtivo.

Foi Simonsen quem lançou a base de estudo da inflação inercial no Brasil, que já existia com o nome de “realimentação inflacionária”¹²⁰. Nos anos 1980, essas ideias foram retomadas

ajudou a criar e no qual lecionou até sua morte, no início de 1997 (PRADO, 2005, p. 90).

¹¹⁹ Eles lançaram na época o Plano de Ação Econômica do Governo (Paeg) para o período de 1964-1966. Criou-se um novo título federal, as Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional (ORTN), e instituiu-se um mecanismo formal de indexação: a correção monetária.

¹²⁰ Em 1970, Simonsen avançou em suas contribuições para o entendimento da inflação brasileira ao identificar três fatores determinantes no modelo de realimentação inflacionária: 1) o componente autônomo, que não tem vínculos com a inflação passada, mas sim com aspectos institucionais e até de natureza acidental que influenciam a oferta; 2) o componente da realimentação, que representa a disputa dos vários agentes econômicos — basicamente entre lucros e

em uma série de trabalhos, dissertações e textos de alto valor para o pensamento econômico (PRADO, 2005, p. 93).

O que mais dividia os economistas brasileiros com relação a esse assunto era a persistência de uma inflação de base, sem uma causa específica aparente, que não acabava nunca; ao contrário, ia se elevando até atingir níveis insuportáveis, quando era derrubada por um pacote econômico, para voltar a se elevar, alguns meses depois, quase da mesma forma que antes, como se fosse uma doença da economia do Brasil.

Cada escola de pensamento tinha uma explicação para esse fenômeno. Havia e há, ainda hoje, pelo menos, quatro bem definidas. A mais arraigada é a monetarista, cuja explicação está baseada na teoria quantitativa do valor da moeda¹²¹. Os monetaristas acreditam que o valor pago pelos bens e serviços em um determinado período é proporcional à quantidade de moeda que muda de mãos naquele mesmo período. Se, por algum motivo, faltarem bens, as pessoas vão disputar entre si os poucos disponíveis, pagando mais por cada unidade, e os preços sobem, provocando inflação. Para essa corrente teórica, a receita para acabar com o processo inflacionário é simples: não importa se houve um choque de oferta, de demanda ou de

salários — para recomprem a participação no PIB, que é corroída pelos efeitos da inflação; e 3) o componente que tem a ver com o comportamento da demanda à luz das influências dos elementos autônomos e do próprio processo de realimentação da inflação (PRADO, 2005, p. 93).

¹²¹ É uma teoria clássica, desenvolvida pelo economista norte-americano Irving Fisher, segundo a qual o aumento da moeda em circulação provoca o aumento geral dos preços. Assim, o poder aquisitivo da moeda seria inversamente proporcional ao seu montante em circulação (SANDRONI, 2005, p. 836).

custos, basta cortar a quantidade de moeda. O monetarismo é conveniente para os defensores do arrocho salarial e dos ajustes econômicos através da recessão, que produz o desemprego e, portanto, reduz o poder de compra. O neoliberalismo é monetarista (KUCINSKI, 2000, p. 124).

A outra grande escola econômica, a dos estruturalistas, atribuía a inflação brasileira a falhas estruturais e a gargalos na economia (excessiva concentração econômica, o controle de setores-chave por pequeno número de empresas, incapacidade de aumentar as importações por falta de moeda forte e obstáculos nos transportes da produção agrícola, sua armazenagem e distribuição) e no seu processo de industrialização. Para os estruturalistas, os déficits públicos não são causa importante de inflação. Eles são também desenvolvimentistas: pregam a necessidade de o país avançar na sua industrialização.

A teoria da subutilização da capacidade produtiva é outra corrente, na qual se encaixa Ignácio Rangel. Ele desenvolveu, em seu livro, concepções que criticavam tanto os monetaristas quanto os estruturalistas. Segundo sua visão, não eram os gargalos na oferta e, sim, uma insuficiência crônica de demanda — subconsumo — a causa principal da inflação brasileira: uma insuficiência estrutural no padrão de demanda causada pela alta concentração da renda nacional em poucas mãos e pela baixa renda dos assalariados.

Com o agravamento da inflação brasileira e sua evolução para hiperinflação crônica nos anos 1980, surgiram novas teorias, entre elas a da inflação inercial, defendida, principalmente, por Luiz Carlos Bresser Pereira e economistas da PUC

do Rio de Janeiro. Trata-se de uma sofisticação da teoria estruturalista dos gargalos, de que os preços sobem com facilidade e caem com dificuldade. O que teria elevado a inflação a um novo patamar e a tornou mais rígida foi a correção monetária, adotada no início dos anos 1970, como forma de proteger os capitais contra a inflação. A correção monetária faz com que todos os preços sejam reajustados para cima, automaticamente, cada vez que apenas alguns deles se elevam. Assim, uma mudança em preços relativos alimenta a alta geral dos preços, criando uma economia indexada à inflação e uma inércia inflacionária (KUCINSKI, 2000, p. 127-128).

Enquanto o debate teórico continuava em torno de alternativas para derrubar o índice de inflação, no período pós-Collor existia um esgotamento por parte da sociedade brasileira com as experiências de choque heterodoxo (PRADO, 2005, p. 43). Assim, quando FHC foi designado Ministro da Fazenda, o Brasil permanecia o único país latino-americano que não havia conseguido controlar a inflação, sendo conhecido como o campeão mundial em assinar acordos não cumpridos com o FMI. O problema não era fundamentalmente de diagnóstico, embora o tratamento da doença exigisse considerável sofisticação econômica, mas, sim, de liderança política.

Os políticos sabiam que todos os planos de estabilização, desde 1953, haviam produzido dores políticas de curto prazo, como quedas no salário real e encolhimento de crédito, criando uma recessão. Presidente após presidente havia recuado da estabilização: Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek, Jânio Quadros. Castelo Branco, fortalecido por um regime

autoritário, persistira na estabilização tempo suficiente para alcançar uma conclusão bem-sucedida. Depois dos mandatos de José Sarney e de Collor, Itamar Franco parecia tão pouco inclinado quanto seus predecessores a levar a cabo essa batalha. Ele entendia pouco de economia e demonstrava uma atitude impaciente com medidas econômicas impopulares. A diferença entre o destino de seu plano e as tentativas anteriores revelou-se em seu senso de oportunidade e em sua escolha do ministro da Fazenda (SKIDMORE, 2003, p. 310-311).

FHC conta — em seu livro autobiográfico *A arte da política: a história que vivi* (2006) — que eles apostaram em quatro frentes de batalha no caminho até a proposta do Plano Real. A primeira era ajustar, tanto quanto possível, o orçamento daquele ano, 1993, e preparar um que fosse equilibrado para 1994. A segunda frente travou-se principalmente com os estados, que acumulavam gigantescas dívidas com a União e não as vinham pagando com a regularidade devida. A terceira frente consistiu, segundo ele, em defender a necessidade de caminhar no processo de privatização de empresas estatais, não só para ajudar o esforço de ajuste fiscal, mas também para promover o investimento na expansão e na melhoria de serviços públicos, conforme a sociedade exigia de um governo sem recursos. Já a quarta frente, dizia respeito à negociação da dívida externa e à volta do Brasil ao mercado financeiro internacional, com a suspensão da moratória (CARDOSO, 2006, p. 144-146).

Em seu conjunto, essas quatro frentes de batalha formavam o que FHC e sua equipe entendiam como a “etapa preparatória para um ataque frontal à inflação”. Em meio a muitas

discussões, conforme conta FHC, tornou-se claro que a reforma monetária se desdobraria em duas fases. Na primeira, o objetivo seria promover um alinhamento voluntário de preços e preparar o terreno para a derrubada da inflação, sem congelamentos e desrespeito a contratos:

Como ‘alinhar preços’ se eles variavam a cada dia? Seria preciso mostrar à população que era o dinheiro nacional que variava, e não o custo objetivo da produção ou o ganho com ela. A maneira mais simples de ver isso seria transcrever tudo em dólares, mas esse procedimento traria vários inconvenientes. Daí a decisão de utilizar como termo de comparação, uma moeda estável inventada por nós, a Unidade Real de Valor (URV), que seria um substituto do dólar como ponto de referência. A população já se acostumara, por exemplo, a pagar impostos com o que se chamava de Unidade Fiscal de Referência (Ufir), que atualizava o valor dos impostos e de alguns contratos diante do desgaste da moeda. Pretendíamos deixar claro que uma moeda — o cruzeiro real de então — estava doente, e que a outra era sã, estável. Dito assim pode parecer simples. Custou, porém, muita discussão técnica e cuidado jurídico para que a ideia inicial tomasse forma concreta (CARDOSO, 2006, p. 146).

O cruzeiro real foi instituído, pelo governo Itamar Franco, no dia 1º de agosto de 1993, substituindo o cruzeiro, que sofreu um corte de três zeros. A troca foi feita para facilitar o uso da aritmética e reduzir os custos da Casa da Moeda com a emissão física de dinheiro. As cédulas antigas passaram

a circular com o carimbo de cruzeiro real, uma denominação sugerida por um funcionário da Casa da Moeda do Brasil em carta ao Palácio do Planalto. Não houve, naquele momento, qualquer reforma monetária, apenas uma medida de cunho mais administrativo para facilitar a vida dos brasileiros (PRADO, 2005, p. 127).

A segunda fase da reforma monetária consistia no lançamento da nova moeda e na definição de regras cambiais e monetárias consistentes com o objetivo de manter a inflação baixa.

Para Filgueiras (2000, p. 93-98), a matriz básica de elaboração do Plano Real foi constituída de duas vertentes. A primeira foi o chamado “Consenso de Washington”¹²² e, a segunda, a experiência do Plano Cruzado. O economista ressalta que todos os planos de estabilização adotados, nos últimos anos, na América Latina, são da mesma família do “Consenso”, na realidade, um plano único de ajustamento das economias periféricas, chancelado pelo FMI e pelo Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (Bird) em mais de 60 países de todo o mundo.

Esses planos seguiram sempre o mesmo roteiro em todos os países onde foram adotados: combate à inflação, através

¹²² Conjunto de trabalhos e resultado de reuniões de economistas do FMI, do Bird e do Tesouro dos EUA, realizadas em Washington, no início dos anos 1990. Delas, surgiram recomendações dos países desenvolvidos para que os demais, especialmente aqueles em desenvolvimento, adotassem políticas de abertura de seus mercados e o “Estado Mínimo” (que privatizasse as atividades produtivas) e, portanto, com um mínimo de despesas, como forma de solucionar os problemas relacionados com a crise fiscal: inflação intensa, déficits em conta corrente no balanço de pagamentos, crescimento econômico insuficiente e distorções na distribuição de renda funcional e regional (SANDRONI, 2005, p. 179).

da dolarização da economia e de valorização das moedas nacionais, associado a uma grande ênfase na necessidade do “ajuste fiscal”. Acompanharam a realização de reformas do Estado — sobretudo privatizações e mudanças na seguridade social — e a desregulamentação dos mercados e liberalização (internacionalização) comercial e financeira (FILGUEIRAS, 2000, p. 93-98).

Com relação à segunda vertente apontada por Filgueiras, o Plano Cruzado acabou sendo referência para o Plano Real no que diz respeito às discussões sobre inflação inercial; ao debate entre as propostas de uma “moeda indexada” e as de um “choque heterodoxo”; e à própria condução prática da política de estabilização do Cruzado, que indicou os procedimentos que não deveriam ser repetidos.

O mérito operacional do Plano Real foi a invenção da URV, uma unidade fictícia, que variava de acordo com a inflação. Isso foi feito atribuindo a uma URV um poder de compra diferente todos os dias pela manhã. Em seguida, após um período de estímulo ao alinhamento dos preços, foi introduzido o real, de valor igual à URV, e um congelamento temporário dos salários e das tarifas públicas.

Esse congelamento e a entrada mais barata de produtos estrangeiros em URV asseguraram um grau de estabilidade, sem a necessidade de um congelamento geral. Mas, em contrapartida, deu-se uma alta expressiva nos preços dos bens que não tinham oferta internacional. O custo de uma cesta básica de alimentos, por exemplo, subiu de 86 URVs (antes do plano) para 104 URVs; e foi para 94 URVs após um ano de sua

vigência. Os custos de serviços para a classe média e o valor dos aluguéis também subiram (KUCINSKI, 2000, p. 129-130).

As condições internacionais eram favoráveis ao lançamento do Plano Real. Com o avanço da logística e das comunicações teve início a implosão das formas tradicionais de produção. As grandes multinacionais passaram a alocar unidades em todo o mundo, buscando países com mercado interno e/ou vantagens competitivas (NASSIF, 2007, p. 180-181).

6.2 A construção estratégica da credibilidade do Plano Real

Como fazer com que a população depositasse confiança em mais um pacote econômico, o oitavo após a redemocratização? Esse foi um dos desafios enfrentados pelo governo na gestão do Plano Real e, por isso, ele teve um cuidado redobrado no trabalho de comunicação sobre as mudanças que seriam implementadas.

No dia 31 de agosto de 1993, Edmar Bacha fez circular, pela equipe econômica do governo, um texto com sua proposta de estabilização, um programa que compreenderia três fases. Todas seriam previamente definidas. A primeira iria de setembro a dezembro de 1993 e abrangeria o encaminhamento para o Congresso de forte ajuste fiscal e patrimonial do governo. A segunda, de janeiro a julho de 1994, e seria a fase de transição. O real funcionaria como unidade básica de conta e de reserva de valor enquanto fossem adotados na prática os ajustes fiscal e patrimonial. A terceira, a partir de julho de

1994, e seria a fase da estabilização propriamente dita. O real assumiria, então, o papel de nova moeda estável do país¹²³. O texto de Bacha estabeleceu um cronograma para as etapas da estabilização que, imaginado com meses de antecedência e em uma fase ainda muito preliminar do processo de definições, acabou por ficar muito próximo da realidade (PRADO, 2005, p. 146-151).

Entre outubro e dezembro de 1993, os lineamentos básicos do plano estavam formulados. Com a votação da URV ainda inconclusa, FHC exonerou-se do cargo de ministro da Fazenda, no dia 2 de abril de 1994, para se candidatar à Presidência da República (CARDOSO, 2006, p. 201).

Em seu lugar, assumiu Rubens Ricuperro, que havia sido convidado por Itamar Franco para o cargo, pela primeira vez, em outubro de 1992, por sugestão do próprio FHC, então senador, e que estava na época assumindo o ministério das Relações Exteriores. Era um jeito de pôr na Fazenda alguém ligado ao então deputado José Serra, cujo nome era o preferido do PSDB para a pasta e tinha até a chancela de Lula, o presidente de honra do PT. Mas o nome de Serra foi vetado por Orestes Quêrcia, do PMDB de São Paulo, além de não agradecer Itamar.

¹²³ Quatro séculos após o descobrimento, o Brasil lançou uma moeda homônima à que era usada nos séculos XVI e XVII. Na época, a maior parte do meio circulante brasileiro era composta por *reales*, cunhados na Espanha e nas colônias hispano-americanas. Em 1582, o governo português fixou uma equivalência entre os *reales* da América Espanhola e os réis de Portugal: oito reales passaram a valer 320 réis. Os reales ou réis perduraram em todo o Brasil Colônia, inclusive após a vinda de Dom João VI para o Brasil, em 1808. Cf. *Brasil busca o real na História*, matéria do *Guia do Real*, em *O Globo*, p. 5, 1º jul. 1994.

A formalização do convite a Ricupero ocorreu em 30 de março de 1994, quando FHC se desincompatibilizou do governo (PRADO, 2005, p. 226-227).

Ricupero, que era embaixador de carreira do Itamaraty, teve de adaptar-se rapidamente ao vocabulário do “economês” e acabou fazendo um contraponto com relação aos “homens do Real”, mais ligados ao mundo acadêmico — onde as ideias normalmente transitam por meio de códigos sofisticados, de difícil entendimento para os leigos — e pouco pacientes na difícil arte de comunicar o que pensam para o público.

Entre os economistas do real, apenas um tinha a capacidade de explicar medidas técnicas e iniciativas mais complexas de forma didática: Edmar Bacha. Os demais membros da equipe econômica tinham dificuldades de dar explicações sobre as questões operacionais do plano. Eles se esquivavam de informar à imprensa sobre as medidas tomadas. Afinal, explicar um plano tão sofisticado para um simples mortal era, no entendimento da maioria, uma tremenda perda de tempo. Muitas vezes, os jornalistas que faziam a cobertura da Fazenda ouviam, dos formuladores do Plano Real, respostas do tipo: “Não adianta explicar os detalhes da medida, porque você não vai entender!” O ponto de vista quase unânime da equipe era o de que a mídia desgastava e deturpava, e que os jornalistas eram incapazes de entender as tecnicidades envolvidas nas questões econômicas (PRADO, 2005, p. 231, 232 e 238).

Diante disso, na tentativa de divulgar o Plano Real, Ricupero acabou fazendo um importante trabalho de comunicação com a população sobre o novo pacote e se tornou seu

garoto-propaganda. Itamar o chamava de “Apóstolo do Real”, por passar um bom tempo a peregrinar pelo país, buscando adesões à causa da estabilidade. Fazer a opinião pública compreender e apoiar o novo pacote era um desafio, principalmente porque muitas questões ainda estavam sendo discutidas pela equipe econômica.

Boa parte da população brasileira entrou naquela fase de transição sem saber o que era a URV. Mesmo pessoas mais bem informadas, com conhecimento de economia, tinham dificuldade de entender o mecanismo da moeda virtual, que não passava de um grande indexador de preços. Para complicar, aquele era um ano eleitoral. A impressão de que o Plano Real não passava de um truque para ganhar as eleições permeava a sociedade. Um bom indicador disso era o teor dos editoriais publicados nos jornais na época.

Como Ricupero não podia contratar serviços especializados de terceiros, recorreu à Radiobrás, a empresa de comunicações governamental, para fazer a divulgação do Plano Real. O único jeito era entrar em rede nacional, valendo-se da regra que permite ao governo convocar as emissoras para a transmissão de pronunciamentos das autoridades públicas. Quando souberam da intenção do ministro, as concessionárias de TV ficaram preocupadas com o uso regular de alguns minutos justamente no chamado horário nobre (PRADO, 2005, p. 234).

Diretores da *Rede Globo*, da família Marinho, foram a Brasília tentar convencer Ricupero a mudar de ideia. Falaram em nome de todas as outras emissoras. O argumento era que o uso do horário nobre para os pronunciamentos oficiais teria

o inconveniente de impedir a repercussão dos destaques nos principais noticiários da noite. A rigor, teria também o efeito de atrapalhar a veiculação de comerciais, justamente no horário em que o aluguel do espaço na TV é mais caro. Sugeriram que Ricupero entrasse no ar na hora do almoço, quando a audiência é bem menor. Se assim ocorresse, comprometiam-se a repercutir no noticiário do horário nobre as declarações do ministro, chamariam atenção para os pontos mais importantes do pronunciamento do dia e fariam reportagens de destaque sobre eles, conforme conta Prado.

O primeiro pronunciamento foi ao ar no dia 13 de abril de 1994 e foi o único transmitido no horário nobre, às 19h50. Ricupero se dirigiu basicamente aos trabalhadores que haviam acabado de receber o primeiro salário referenciado à URV, no início de abril. A URV havia sido instituída para vigorar a partir de 1º de março e salários, pensões, aposentadorias e os vencimentos do funcionalismo público tiveram de ser obrigatoriamente convertidos de cruzeiro real para URV. Iniciou-se uma difícil etapa do plano, que envolvia o maior de todos os riscos: a aceleração da inflação. Ricupero enfatizou, naquele primeiro comunicado, que o plano de estabilização em gestação não traria surpresas, sustos ou correrias, e conclamou o Congresso Nacional a dar um crédito, aprovando o projeto.

A URV, a rigor, não era moeda no sentido amplo da palavra, e o povo sabia disso. Mas se tornaria moeda mais adiante, e era preciso, por meio de uma campanha de convencimento, manter a credibilidade daquilo que ninguém sabia bem o que era. Naqueles meses de transição, ela funcionava apenas como unidade de conta.

Ricupero, nos vários pronunciamentos que fez depois para o público, em cadeia de rádio e TV, aparecia como a personificação do plano. Ele era a cara do real para o público. Em suas declarações, imprimiu confiança. Por inúmeras vezes, empenhou sua palavra, afirmando que não haveria confiscos, nem choques, nem congelamentos, nem ameaças (PRADO, 2005, p. 241).

No dia 10 de maio de 1994, a equipe econômica se reuniu na casa de Ricupero para definir os últimos detalhes. Contra qualquer avaliação técnica, havia o tempo político. As eleições ocorreriam dali a cinco meses e àquela altura a nova moeda já teria de estar na rua e, de preferência, resultar em retumbante sucesso, pois o êxito do plano era importante para o projeto político do PSDB. Decidiu-se, na reunião, que o real seria lançado em 1º de julho. A data foi sacramentada na reedição da medida provisória da URV publicada em 1º de junho. A decisão atendia aos anseios políticos, mas não era nada confortável para a própria equipe, que continuava empacada na definição de questões fundamentais.

FHC conta como se posicionou para conseguir fazer com que o plano fosse desenvolvido e implementado:

Busquei exercer a arte da política, que consiste justamente em criar condições para que se possa realizar um objetivo para o qual as condições não estão dadas de antemão. Por isso a política é uma arte e não uma técnica. E sua arma principal na democracia é a persuasão. Graças à persuasão, ao convencimento da sociedade, em que me empenhei obsessivamente, acabou sendo possível formar os

consensos mínimos onde eles eram presumivelmente mais difíceis e certamente mais necessários: dentro do governo, no Congresso, com os partidos, ou seja, entre os agentes que tomam as decisões políticas ou impedem que elas sejam tomadas. Não sendo economista, minha ação se animava pela intuição política e pelos valores da minha formação democrática. Em meio a muitas dúvidas, abrigava só uma e fundamental certeza, de que só um programa que pudesse ser explicado e compreendido pelas pessoas seria capaz de derrubar a inflação de forma duradoura e colocar em marcha a reorganização do Estado brasileiro (CARDOSO, 2006, p. 146).

FHC faz questão de ressaltar que não era economista, portanto, atuava em uma seara para a qual não tinha formação específica. Por isso, se ancorou em suas habilidades políticas. Sua articulação foi fundamental para impulsionar o andamento do plano, que precisava dos meios de comunicação para conseguir a adesão às medidas. Mas a ideia de adotar uma postura aparentemente transparente, mediante a opinião pública, com relação à proposta veio de um economista da equipe:

Foi Pêrsio Árida quem apresentou a sugestão ‘revolucionária’: minimizar as regras e torná-las transparentes. A complicada relação entre preços cambiantes, graças à erosão diária do cruzeiro real, e a URV seria explicada à população. Isso batia com o que eu mais acreditava: a pedagogia democrática. Nada seria secreto. Nós anteciparíamos os principais passos do que iria ocorrer e mostraríamos que se tratava de um processo e não de um ato milagroso.

Portanto, haveria que trabalhar com o tempo e tornar o povo partícipe ativo desse processo. Riscos havia: se os meios de comunicação não atuassem para ajudar nas explicações, se nós não fôssemos capazes de certo didatismo, se a descrença vencesse antes da troca de moeda (quer dizer, antes de a URV transformar-se em real), perderíamos a guerra. Preferi, no entanto, correr esse risco e não fazer um plano apenas tecnocrático (CARDOSO, 2006, p. 174-175).

A aposta, segundo FHC, era no somatório entre informação adequada e liberdade de escolha, que apresentaria bom resultado. Mas, apesar de o delineamento do programa de estabilização ter sido apresentado em dezembro de 1993, o ceticismo da sociedade brasileira continuava. Somava-se a isso o espectro da candidatura de FHC à Presidência, que começava a aparecer. Assim, foi mesmo depois de 19 de janeiro de 1994 que o Congresso começou a aprovar, por etapas e com alterações, as principais medidas do Plano Real.

As decisões foram sendo tomadas até as vésperas do lançamento da nova moeda, naquele 1º de julho de 1994, quando FHC já estava afastado do Ministério da Fazenda para ser candidato à Presidência da República. Nesse contexto, a preservação da ordem jurídica teve um peso enorme. Assustava a toda a equipe o fantasma das ações na justiça contra o governo, geradas, nos planos anteriores, por falta de pleno fundamento legal nas decisões (CARDOSO, 2006, p. 181).

A questão cambial ainda era um ponto de divergência entre os membros da equipe do Plano Real, a um mês de

a nova moeda entrar de fato em vigor, substituindo a URV. Buscava-se um gancho, uma âncora que desse sustentação e credibilidade ao real logo de partida. Quatro semanas antes de ele entrar em vigor, não havia ainda na equipe um consenso sobre a âncora na qual deveria se firmar. Depois de inúmeras discussões, o grupo acabou optando pelo sistema que depois se revelou o mais difícil de ser sustentado: a fixação de uma meta, baseada na média trimestral, para a emissão de moeda, no fim do primeiro trimestre de 1995, com metas trimestrais intermediárias para setembro e dezembro de 1994 (PRADO, 2005, p. 250).

Não havia muita convicção na equipe do real de que a fixação de metas monetárias trimestrais, ainda que definidas por lei, funcionaria. Mas não havia a menor dúvida de que, uma vez decidida, a fixação teria de ser convincente. A saída seria postergar. Não por acaso, a primeira grande meta apontava para o primeiro trimestre de 1995.

Era preciso sinalizar com um horizonte mais largo para transmitir a sensação de que o plano era sólido e que seus formuladores confiavam no sucesso em longo prazo. Além disso, a meta estava sendo fixada, politicamente, no escuro, já que ninguém podia saber quem ocuparia a cadeira de presidente da República em março de 1995. Mais um motivo para dar ao mercado e aos formadores de opinião a ideia de que o plano era consistente. E a equipe atuou sem considerar o chamado “efeito Lula”. Afinal, todos trabalhavam para ver FHC na Presidência e alguns dos economistas eram filiados ao PSDB.

No dia 31 de maio, houve uma reunião no gabinete de Pedro Malan no Banco Central, em Brasília, com a participação

de alguns diretores, e a equipe chegou aos pontos que, a rigor, definiriam o coração da política cambial seguida pelo Plano Real. No dia 1º de junho, Ricupero apresentou os pontos à nação e anunciou para os jornalistas: “O câmbio ficará estável por tempo indeterminado a partir de 1º de julho; isto significa que a paridade entre o real e o dólar norte-americano será de um para um, na posição do câmbio de venda do Banco Central” (PRADO, 2005, p. 254).

Também anunciou que seriam definidos limites quantitativos para a emissão de moeda e tranquilizou os poupadores, dizendo que a intenção do governo era estimular as aplicações em cadernetas de poupança. Falou, ainda, sobre o esquema montado para a troca física da moeda. De todos os planos de estabilização lançados desde 1986, o real foi o único a fazer a troca efetiva e imediata do numerário. A moeda brasileira — tanto as cédulas como as moedas metálicas — passou por uma mudança completa, não só de nome, mas também de cara. Todo o meio circulante do país foi substituído, em uma verdadeira operação de guerra (PRADO, 2005, p. 255).

A troca imediata do dinheiro, certamente, fez parte da estratégia de associar uma imagem de moeda forte ao real, como um símbolo da nação que, daquela vez, teria vindo para ficar, ao contrário dos padrões monetários anteriores. Esse foi um dos rituais de construção da credibilidade do Plano Real, junto com a postura de aparente transparência que a equipe adotou para conduzir o processo de transição para o pacote.

A coerência do discurso foi um dos pontos de sustentação do Plano Real, na avaliação da jornalista Maria Clara Prado

(2005), que trabalhou junto com a equipe de economistas na parte de comunicação do governo:

A sociedade precisa perceber que a intenção de estabilizar é forte e que será perseguida com tenacidade. Essa percepção é fundamental para o sucesso de qualquer iniciativa de estabilização. A construção de um ambiente de expectativas favoráveis não pode ser feita artificialmente, com *marketing*. Acabar com a hiperinflação é diferente de vender um sabonete, um pacote turístico ou a imagem de um político. [...] No caso do Plano Real, optou-se pela naturalidade no processo de informação e pela transparência. Cada passo era fartamente divulgado com antecedência, de modo que não houvesse surpresas. Era esse o grande diferencial que se tinha para evitar desde o início qualquer contaminação perversa que o Real pudesse sofrer do Plano Collor, que pegou todos desprevenidos e causou um enorme trauma no país. O alvo do Real não era simplesmente derrubar a inflação. Ia muito além. Buscava acabar com a inércia inflacionária que durante anos corroeu a renda dos mais pobres, sem acesso aos mecanismos da correção monetária (PRADO, 2005, p. 260-261).

Os meios de comunicação e as notícias ajudaram a construir uma “realidade” sobre o sistema econômico e ajudaram no processo de credibilidade desse plano. A mídia é um agente discursivo do sistema econômico, e atua, inclusive, na construção de verdades sobre ele.

A construção da verdade passa pela linguagem, que fornece os termos pelos quais o mundo passa a ser conhecido.

Sistemas de valores, conceitos e mesmo noções aparentemente simples sobre as coisas e fatos do dia a dia se tornam a base do sistema sobre o qual os vários discursos — como o social, o político, o econômico e o cultural — são construídos.

A constituição da palavra e o seu uso estão associados ao poder, que produz realidade, campos de objetos e rituais de verdade. “A palavra, a linguagem, é alvo do exercício de poderes que a controlam; os poderes não incidem apenas sobre os corpos, mas também sobre as palavras”, como afirma Michel Foucault (2005). Os rituais de verdade são a forma mais superficial e mais visível dos sistemas complexos de restrição dos discursos. A troca e a comunicação são figuras positivas que atuam no interior desses sistemas.

O ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam (e que, no jogo de um diálogo, da interrogação, da recitação, devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados). Define também os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso; fixa, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção. “Os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, os políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos” (FOUCAULT, 2001, p. 38-39).

A construção dos discursos, o uso da palavra e, em consequência, a construção de verdades estão relacionados,

portanto, com o poder. O discurso não é, segundo ele ressalta, aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, se luta, o poder do qual queremos nos apoderar. “Nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos” (FOUCAULT, 2001, p. 49).

E os meios de comunicação, como emissores essenciais de discursos sobre e para a sociedade, contribuem para a construção de verdades. A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar imagens e informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, modela e influencia o curso dos acontecimentos e cria outros que poderiam não ter existido em sua ausência (THOMPSON, 2002, p. 102).

Os veículos de comunicação, aqui representados pelos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, contribuíram para a construção da credibilidade do Plano Real, na medida em que divulgaram amplamente os discursos das fontes oficiais e apoiaram o pacote em seus textos opinativos. Na parte informativa do noticiário, falaram sobre e defenderam o Plano Real, o presidente, ministros, equipe econômica do governo e diretores do Banco Central. Os primeiros responderam, principalmente, pelas dimensões políticas do pacote e os outros pelas dimensões técnicas.

Como ocorreu nos planos anteriores, o presidente falou diretamente à nação para anunciar oficialmente a implantação do real, na véspera, dia 30 de junho de 1994, e conclamou o povo a ajudar o novo plano a dar certo. O pronunciamento, de seis minutos, foi feito em cadeia nacional de rádio e televisão.

O *Globo* de 1º de julho de 1994 teve como manchete *Começa a guerra real x inflação* e recorreu, como na época do Cruzado, à retórica de luta contra aquele que continuava a ser o maior inimigo da população. Essa edição trouxe a matéria *Itamar pede ajuda popular para garantir êxito do Real*, que teve como sub-retranca o discurso, na íntegra, com o título *O real é conquista do povo*.

O presidente enfatizou que o governo não aceitaria e nem permitiria que interesses particulares se sobrepusessem aos “superiores direitos da coletividade”. Como nos lançamentos dos planos anteriores, o discurso do Executivo foi concentrado na defesa do interesse nacional e de que aquele plano marcava uma “nova” fase da economia brasileira.

A *Folha* dessa data trouxe a manchete *Real começa a circular; preços disparam na virada da moeda*. O segundo caderno do jornal, espaço da editoria de economia, foi publicado com o nome *Real* e dedicado totalmente às matérias sobre o plano. As páginas traziam um selo com o mesmo rosto gravado na moeda. No dia 1º de julho, a matéria principal da editoria foi *Preço dispara na virada do real*, que registrou os aumentos de cesta básica antes da entrada em vigor da nova moeda e foi seguida de uma tabela com o detalhamento das medidas econômicas. Como na cobertura dos pacotes anteriores, os jornais publicaram gráficos para simplificar a explicação sobre as mudanças.

Os periódicos divulgaram as principais medidas do Plano Real, baixado por meio de Medida Provisória de 30 de junho de 1994: mudança na unidade monetária, que passou a ser denominada “real”, sendo que a paridade entre ela e o

cruzeiro real foi fixada em R\$ 1,00 igual a CR\$ 2.750,00; autorização ao Banco Central de emitir, entre junho de 1994 e 31 de março de 1995, até R\$ 9,5 bilhões, podendo o Conselho Monetário Nacional alterar esse valor em até 20%; limitação da correção monetária contraída a partir de 1º de julho de 1994 à variação acumulada do Índice de Preços ao Consumidor em Reais (IPCR). Embora não tenha sido instituída a livre conversibilidade do real em dólar, o lastro de emissão de reais foi composto por parcela das reservas internacionais disponíveis em moedas estrangeiras e em ouro monetário, expressas suas equivalências em dólares na paridade de R\$ 1,00 igual a US\$ 1,00 (SANDRONI, 2005, p. 655).

Outra voz oficial, que fazia a defesa do plano e o utilizou largamente como uma plataforma para ser eleito presidente da República, foi FHC. No dia 1º de julho, já afastado do cargo de ministro e se apresentando como candidato do PSDB à Presidência, ele deu uma entrevista pingue-pongue para *O Globo*, publicada com o título *FHC – pacote para reorganizar o estado* (ECONOMIA, p. 22).

As esferas política e econômica se misturam nessa narrativa, pois o candidato ao mais importante cargo público do país falava sobre o Plano Real e se colocava como o “pai” do pacote, mesmo não sendo economista.

O noticiário sobre o Plano Real não se restringiu às páginas de economia dos jornais, tendo ocupado também o espaço destinado à política, com notícias sobre pronunciamentos do presidente Itamar e do Ministro Ricupero, de aferição da opinião pública sobre o pacote e, principalmente, notícias

relativas aos desdobramentos da disputa pela Presidência da República. Sobre esse aspecto, Kucinski (2000, p. 129) afirma que o Plano Real foi concebido com o objetivo central de vencer a eleição presidencial, sendo “cronometrado para produzir o máximo de efeitos benéficos às vésperas das eleições, incluindo uma espetacular troca de moeda”¹²⁴.

Na entrevista que FHC deu ao jornal *O Globo* do dia 1º de julho, ele admitia que a inflação era um fato importante para a decisão da eleição e que, se eleito, trabalharia para garantir as reformas necessárias para a continuação do novo plano.

O real se tornou, inevitavelmente, o tema principal do embate entre os candidatos à Presidência e virou principal argumento de seus discursos, conforme registraram os jornais pesquisados. O uso do pacote como estratégia política foi recorrente na campanha dos candidatos FHC e Luiz Inácio Lula da Silva (PT). FHC foi mais agressivo nessa estratégia, chegando a prometer, como candidato, que os juros iriam abaixar, mesmo não estando mais no governo naquele momento.

Em *O Globo*, o plano ocupou páginas da editoria *O País*, com a discussão do pacote como instrumento de campanha eleitoral. No dia 3 de julho, por exemplo, o jornal publicou a matéria *Uma moeda no caminho das urnas*, com o antetítulo *O governo criou com o real o primeiro grande fato da eleição, animando FH e preocupando seus adversários*. Essa matéria é

¹²⁴ O potencial eleitoral dos planos de estabilização já havia sido demonstrado na Bolívia e na Argentina. Em ambos os países, o eleitorado, aliviado de imediato por uma estabilização de preços, mudou radicalmente sua postura eleitoral (KUCINSKI, 2000, p. 129-130).

ilustrativa do contexto de disputa eleitoral daquele momento e trouxe os posicionamentos dos principais candidatos a respeito do Real. FHC associou diretamente o pacote à sua candidatura. Talvez nenhuma declaração possa ser mais emblemática do que a seguinte, feita pelo candidato do PSDB na ocasião: “Todos os que estão contra mim estão contra o Plano Real, contra o Brasil. Nós sabemos o que fazer com o país porque já fizemos”.

A cobertura jornalística deu voz a diversos atores políticos e os principais candidatos à Presidência trocaram farpas por meio das matérias dos jornais. Leonel Brizola (PDT) foi um dos opositores declarados do Plano Real e de seu uso político por FHC. Ele disse, em uma das matérias, que queria “derrotar o governo Itamar” e chamou FHC e Lula de “o diabo e a coisa ruim”¹²⁵. Em *Uma moeda a caminho das urnas*, matéria de *O Globo*, Brizola destacou: “O Real é a maior tapeação que já se fez neste país. É um congelamento de moedas”.

Já o candidato do PMDB à presidência, Orestes Quécia, também foi crítico com as medidas do Plano Real e destacou: “Esse plano é uma violência. Vai segurar a inflação só artificialmente”. Ao longo da cobertura, o discurso de Quécia era que o governo Itamar teria dificuldades para controlar os preços e isso prejudicaria o plano. Para opositores de FHC, logicamente, o discurso era de que o real iria “quebrar o país”.

Em matéria de *O Globo*, já citada, Lula disse que o plano cheirava a estelionato eleitoral: “Funcionará em curto prazo e,

¹²⁵ Na editoria Brasil, *Folha*, 2 jul. 1994: *Brizola diz que FHC usa plano econômico* (p. 1-6); do dia 6: *Brizola diz que quer derrotar governo Itamar* (p. 1-6).

depois, seja o que Deus quiser. Vão congelar a miséria”. Durante a campanha, Lula tentou conter o efeito eleitoral de implantação da nova moeda, reforçando o discurso de que a mudança provou aumento do custo de vida.

Ricupero acabou deixando o cargo duas semanas antes das eleições, assim que se tornou pública uma conversa informal sua com o jornalista da *Rede Globo* Carlos Monforte, revelando alguns detalhes sobre o Plano Real, quando se preparava para entrar ao vivo no *Jornal da Globo*. Enquanto esperavam o início das gravações, o bate-papo entre os dois foi captado acidentalmente por algumas antenas parabólicas domésticas que estavam na mesma frequência do sinal emitido via satélite pela Embratel (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 280; PRADO, 2005, p. 343-355)

O episódio ficou conhecido como “Escândalo das parabólicas”. O sinal do *link* via satélite que transmitiria a entrevista já estava aberto, e os lares cujas antenas parabólicas estavam sintonizadas no canal privativo de satélite da *Rede Globo* captaram a conversa informal do ministro com o jornalista (que também é cunhado de Ricupero; a irmã do jornalista é mulher do ex-ministro). Uma das partes mais polêmicas de sua fala foi: “Eu não tenho escrúpulos: o que é bom a gente fatura, o que é ruim a gente esconde”.

O incidente resultou em um pedido público de desculpas do ministro e, posteriormente, no seu pedido de demissão. O fato foi um forte golpe na campanha presidencial de FHC, mas não o bastante para tirá-lo das primeiras colocações nas pesquisas.

Esse episódio deixou clara a natureza da operação para alavancar o Plano Real e o apoio ao candidato FHC, na avaliação de Kucinski (1998):

O Plano Real, de estabilização monetária, foi cientificamente cronometrado para atingir a mínima inflação às vésperas do primeiro turno e, portanto, para eleger FHC, conforme instruções detalhadas passadas a Fernando Henrique por Domingo Cavallo, o ministro da Economia da Argentina e um dos principais quadros do projeto neoliberal. Seu aspecto diabólico estava na elevação de preços nos dias imediatamente anteriores à introdução do Real, de forma que nas semanas subsequentes seria possível anunciar até mesmo a queda de preços, deflação. Haveria deflação já em agosto ou em setembro. [...] Aos meios de comunicação coube o papel estratégico de alavancar o Real como última chance de emplacar o candidato FHC (KUCINSKI, 1998, p. 125).

Kucinski registra que, nessa operação, grandes bancos e empresas estatais lançaram uma campanha de propaganda do Real de cerca de R\$ 22 milhões, contratando as cinco melhores agências do país. Ele analisa o papel do jornalismo de economia nesse período:

O tratamento eufórico e acrítico de pacotes econômicos do governo já faz parte da tradição do jornalismo econômico no Brasil; no Plano Real esse comportamento apenas atingiu novo patamar. Houve ainda a propaganda tanto subliminar como

direta do Real durante a cobertura da Copa do Mundo. Paralelamente, deu-se uma notável e súbita marginalização dos economistas de oposição nos debates e entrevistas de avaliação do Real, especialmente na TV, denotando um esforço no sentido de manter o monolitismo do discurso do sucesso ‘indiscutível’ do Real. Como repetiu todas as noites o jornalista Boris Casoy, ‘O Real é indiscutivelmente um sucesso’ (KUCINSKI, 1998, p. 126).

Os jornais pesquisados registraram a diminuição da vantagem de Lula após a entrada da nova moeda, que depois se comprovou, de fato, nas urnas. FHC venceu as eleições, no primeiro turno, com 54% dos votos — 35,9 milhões entre 67,6 milhões dos votos válidos (CARDOSO, 2006, p. 204).

Ao dar entrevista sobre seu governo, em 2005, Itamar Franco falou sobre a primeira eleição de FHC ter ocorrido em função do Plano Real:

A eleição de Fernando Henrique Cardoso dependeu do Plano Real, sobretudo. Pode ele não gostar, porque costuma dizer que ele é quem fez o Plano Real. Não discuto nem brigo: um dia vão ver que a assinatura não foi a de Fernando Henrique. Porque muitos trabalharam no Plano Real: Paulo Haddad, Gustavo Krause, Eliseu Resende, Fernando Henrique Cardoso e o grande sacerdote do plano, o ministro da Fazenda, Rubens Ricupero. Lamentavelmente, o ministro teve de sair, pelas condições que todo o Brasil conhece. Depois, veio o ministro Ciro Gomes, a quem muito devo também. Mas, naquele instante, Fernando Henrique se agarrou ao Plano Real.

Como o plano não era uma planta de beira de rio, que vai embora na primeira enchente, Fernando Henrique ficou agarrado a ele. Assim, elegeu-se, independentemente de todas as qualidades que tenha¹²⁶.

A predominância das vozes oficiais apareceu em quase todas as edições dos jornais analisadas. Na cobertura de economia, as fontes de informação são, principalmente, as oficiais e os especialistas, no caso os economistas, operadores de mercado, empresários e profissionais da área de finanças. Tais fontes disputam o espaço das páginas dos jornais, na construção dos discursos sobre o campo econômico, e são as vozes que têm mais força — mais visibilidade — nessa cobertura.

De um lado, o governo, representado pelo presidente da República, ministros e representantes do BC, fala, quase sempre de forma positiva, sobre suas ações. De outro lado, estão os especialistas do campo econômico, que fazem análise com base em um conhecimento específico e que, muitas vezes, aparecem representando o mercado, uma grande entidade que congrega várias vozes. A editoria de economia de *O Globo* trouxe exemplos de uso desse termo como uma grande voz formada por múltiplas vozes, com as matérias *Mercado deverá abrir hoje com juros nominais de até 8%*, no dia 4 de julho, e *Plano deixa mercado otimista*, no dia 31. Na editoria Dinheiro, da *Folha* do dia 24, outro exemplo: *O mercado já se ajusta à inflação zero*.

¹²⁶ Entrevista de Itamar Franco concedida ao jornalista Geneton Moraes Neto para o programa *Fantástico*, da *Rede Globo*, e registrada na íntegra no livro *Dossiê Brasília: os segredos do presidente* (2005).

Com relação às dimensões técnicas da cobertura jornalística, os economistas do Plano Real apresentaram-se no noticiário dando suporte ao ministro Ricupero que, junto com o presidente, foi a fonte que mais apareceu falando oficialmente sobre as medidas.

Outros economistas comentaram as medidas do Plano Real, em matérias de repercussão. O ex-ministro Mário Henrique Simonsen foi uma das fontes ouvidas.

No balanço do primeiro mês do plano, a editoria de economia de *O Globo* de 31 de julho apresentou as avaliações de oito renomados economistas sobre o andamento do pacote de estabilização, na matéria *Real passa no teste do primeiro mês* (1994, p. 55). O jornal carioca ouviu Simonsen mais uma vez, além de Maria da Conceição Tavares (ex-musa do Cruzado), João Paulo dos Reis Velloso, Roberto Campos, Dionísio Carneiro, Paul Singer, Daniel Dantas e Affonso Celso Pastore.

Eles destacaram, nos pontos positivos, a forma tranquila como aconteceu o processo de substituição da moeda, a queda no consumo e a receptividade favorável. Como ameaças ao pacote, citaram as pressões por aumento de salários e de tarifas públicas, que poderiam resultar em emissão de moeda.

6.3 Consumidores no noticiário do Plano Real: mudança de comportamento

Os trabalhadores e seus representantes apareceram de forma mais positiva no noticiário que em planos anteriores. As matérias mostravam dirigentes sindicais admitindo que

com a queda da inflação houve ganhos no poder aquisitivo. A preocupação registrada era se o Plano Real correria perigo nos três meses seguintes ao seu lançamento por causa da data-base para aumentos de salário de 2,7 mil trabalhadores. O receio era de um impacto dos reajustes salariais sobre os custos e preços.

Já os consumidores apareceram no noticiário como representantes do povo, que têm um papel determinante em uma economia de mercado, em relação à compra e venda de bens e serviços. Um exemplo desse aspecto pode ser encontrado em *O Globo* de 31 de julho, em uma matéria com o título: *Reação do consumidor determina preços*.

A maior parte da cobertura jornalística de economia do período de transição para o real e entrada em vigor do plano foi voltada para a orientação ao consumidor, para a prestação de serviços, confirmando uma tendência já verificada na cobertura dos pacotes anteriores. Afinal, a partir de 1º de julho de 1994, começou um processo de aumento da capacidade de consumo da população. Dezenas de milhões de pessoas saíram da linha da miséria e passaram a consumir novos produtos, com o controle da inflação. Nesse contexto, surgiram também novos leitores em potencial para os jornais¹²⁷.

¹²⁷ Com relação às empresas de comunicação, a inserção das classes com menos poder aquisitivo (C, D e até mesmo a E) no mercado consumidor, a partir do Plano Real, fez com que grandes grupos brasileiros de comunicação, como o *Infoglobo*, *Folha de S. Paulo* e *RBS*, desengavetassem projetos de jornais populares. Com o controle da inflação e a possibilidade de parcelamento das compras, o setor varejista voltou-se para essas classes e procurou veículos para fazer divulgar sua publicidade. O *Infoglobo* lançou o *Extra* em 1998. Em março de 1999, o *Grupo Folha* lançou o *Agora São Paulo* (VILELA, 2002, p. 31).

A década de 1990 consagrou o consumo no mundo, particularmente no Brasil. A estabilidade monetária conquistada pelo Plano Real, em 1994, inseriu o país no paraíso dos consumidores. Após sucessivas tentativas frustradas de debelar o dragão inflacionário, uma moeda forte por período longo impediu o advento da hiperinflação e, sobretudo, permitiu o estabelecimento de uma noção menos caótica de preço para as coisas. Com o valor menos volátil das compras, o dinheiro ficou mais tempo no bolso das pessoas e, das mãos delas, correu para o varejo.

As grandes compras mensais de supermercado deram lugar aos volumes menores e à periodicidade semanal. Foi nos primeiros anos do Plano Real que os brasileiros compraram mais carros, diversificaram seus cardápios e guarda-roupas e passaram a brigar pelo amplo direito de escolher em que gastar seus rendimentos (RIBAS, 2006, p. 69).

A cobertura jornalística vai refletir e registrar essa mudança de comportamento do consumidor nas matérias e em reportagens direcionadas a eles. No primeiro dia da vigência do plano, por exemplo, *O Globo* publicou o *Guia do Real*, um encarte de 15 páginas, com pequenas matérias acompanhadas de boxes, tabelas e infográficos, que detalhavam as medidas para o consumidor. A *Folha* de 30 de junho trouxe o seu *ABC do Real*, com a mesma finalidade.

Esse didatismo permaneceu ao longo da cobertura. A edição do jornal carioca do dia 3 de julho exemplifica essa característica na matéria *É hora de organizar a vida com a nova moeda*, seguida de dois infográficos — *O que muda no bolso*

com a nova moeda e *Os cuidados nas compras a prazo* — e duas tabelas para auxiliar o leitor a fazer cálculos de preços de serviços, como o valor do aluguel. O consumidor, na posição de fonte, se manifesta na narrativa jornalística, frequentemente, como um termômetro da recepção do plano econômico pela população, tal qual verificamos nas matérias da *Folha: Preços desiludem consumidor* (dia 6, 1994) e *Consumidor opta por produto mais barato* (dia 15, 1994).

As matérias orientavam o consumidor a continuar pesquisando preços, ensinavam como calcular o valor do aluguel e de mensalidades escolares e davam dicas de como usar o cartão de crédito. O acompanhamento do rendimento da poupança também era feito sistematicamente.

Na cobertura do Plano Real, predominou a característica de acompanhamento do comportamento dos preços dos produtos e serviços, com a entrada em vigor da moeda. O jornalismo de economia reafirmou, mais uma vez, para seus leitores, o papel de tradutor dos fatos econômicos e de fiscalizador em prol da sociedade brasileira.

A variação da cesta básica foi monitorada constantemente pelos jornais. E os juros e o câmbio foram alvo de várias matérias na cobertura do Plano Real, por se tratar de questão nevrálgica do pacote.

Os juros fixados na época de lançamento do Real foram de 8,20% ao mês, os maiores da história econômica brasileira até então¹²⁸. A equipe econômica defendia que, sem juros elevados em um primeiro momento, o plano estaria perdido. A matéria “Juros nas alturas, a decolagem do plano” (1994,

¹²⁸ Na primeira década do século XXI, a taxa ficou em torno de 13% ao ano.

p. 40), publicada na editoria de economia de *O Globo*, de 10 de julho, abordava o assunto, dizendo que as altas taxas eram motivo de desespero de quem devia e de euforia para quem tinha dinheiro para aplicar.

Os consumidores demonstravam apoio ao plano, apesar de as páginas dos jornais não registrarem nem de perto o clima de euforia verificado no lançamento dos primeiros pacotes após a redemocratização do país, sobretudo o Plano Cruzado.

Matérias com pesquisas de opinião pública sobre a aceitação do plano foram publicadas, como ocorreu na cobertura dos pacotes anteriores. A *Folha* de 2 de julho, por exemplo, trouxe a notícia *Paulistanos aprovam Real*, na qual mostrou que 59% dos 1.060 moradores da capital paulista avaliavam como bom para o país o novo pacote e 43% acreditavam que a inflação cairia. Gráficos acompanhavam o texto para ilustrar os percentuais do levantamento.

Na década de 1990, a imprensa econômica valorizou e consolidou o uso de matérias acompanhadas de tabelas, gráficos e infográficos para tornar ainda mais pedagógica a notícia de economia e para acompanhar os novos hábitos de um leitor que também passou a buscar notícias na internet¹²⁹. Essa foi a época da informatização das redações¹³⁰.

¹²⁹ A rede mundial de computadores chegou ao Brasil, como internet comercial, na década de 1990, e o impacto de uma nova mídia eletrônica gerou a adoção de dois conceitos que pautam hoje o planejamento das empresas de comunicação: a produção de conteúdo independente do meio, que leva os conglomerados de comunicação a reaproveitarem o mesmo material em diversas mídias e produtos, e a possibilidade de convergência dos meios que operam de modo independente, como a televisão, o rádio e a internet.

¹³⁰ De 1986 a 1990, os principais jornais brasileiros instalaram, na redação e na área dos classificados, sistemas integrados de computadores. Até 1990, o

Os empresários também foram fontes presentes no noticiário e, de maneira geral, apoiaram o Plano Real, conforme ilustram as seguintes matérias: *Empresários, a curto prazo, creem até em deflação* (*O Globo*, 3 jul., Economia, p. 41); e *Empresários confiam no plano, diz pesquisa* (*Folha*, 23 jul., Brasil, p.1-8).

No levantamento divulgado pelo jornal paulista, realizado pelo Instituto Trevisan com 110 empresários, 59% achavam, naquele momento, que o plano daria certo e 41%, que daria certo só no início e que depois a inflação voltaria a subir.

A principal entidade representativa desse segmento declarou-se, desde o início, contra o uso político do Plano Real: a Fiesp. A Federação destacou que a moeda não era propriedade privada de candidato algum e criticou o posicionamento de FHC como “pai” do pacote. A matéria *FIESP critica vinculação de FHC ao plano* foi publicada na editoria de Brasil, da *Folha* de 2 de julho (1994, p. 1-6). No final desse mês, no dia 28, o jornal registrou mais uma vez a crítica da entidade: *Plano econômico é eleitoreiro, diz Fiesp* (1994, p. 1-11). Outra preocupação dessa instituição era com o impacto dos juros altos.

Os empresários que aumentaram os preços antes da entrada do Plano Real foram os vilões da cobertura jornalística. Ricupero dizia que eles reclamavam sem razão da alta dos juros. Ele também atacava, dizendo que os preços e as margens de lucro foram aumentados, desnecessariamente, no fim de

jornalismo impresso fez investimentos de US\$ 100 milhões em novas tecnologias, conforme estimativa da Associação Nacional de Jornais. Isso representou “a maior revolução industrial da imprensa brasileira em todos os tempos” (BAHIA, 1990, p. 390).

junho e que não se podiam justificar aumentos de preços de estoques passados com a taxa de juros futura.

Com a queda no consumo, nos primeiros dias do Plano Real, a indústria e os supermercados tiveram de buscar alternativas para estimulá-lo. As empresas fornecedoras dos supermercados foram obrigadas a cortar preços.

O comércio, logo no primeiro dia de vigência da nova moeda, aproveitou a confusão do real para arredondar os preços para cima, conforme registrou a manchete de *O Globo* de 2 de julho. Depois, teve de recorrer a promoções para atrair os consumidores, já acostumados a fazer pesquisa de preço. A expectativa do setor era que houvesse o aumento das vendas pelo crediário.

Nos supermercados, o comportamento foi de aumento de preços também no primeiro dia do real. Na primeira quinzena de vigência da nova moeda, esse segmento teve queda nas vendas, porque o consumidor estava pesquisando mais e gastando menos nas compras. O ministro Ricupero incentivou as entidades civis a organizarem boicotes aos estabelecimentos que estivessem aumentando os preços e pediu que a população passasse a pesquisar mais.

As empresas foram alvo de fiscalização por parte do governo, na tentativa de barrar aumento de preços. A fiscalização de grandes empresas, em São Paulo, foi feita de forma conjunta pela Receita Federal, Previdência social, Procons, Sunab e Secretaria Estadual de Justiça. O Ministério Público Federal também ajudou no trabalho de fiscalização de aumentos abusivos para tentar combater eventuais especuladores.

No dia 22 de julho, Ricupero fez um pronunciamento, em cadeia nacional de rádio e televisão, reproduzido pelos jornais no dia seguinte, no qual destacou que o brasileiro havia conseguido sentir, nas primeiras três semanas do real, o que era viver em um país sem inflação. Para os empresários e comerciantes, ele elogiou o fato de eles começarem a adotar uma postura nova: prever os gastos, planejar o futuro, investir com segurança. Disse também que o governo estava atento às preocupações dos empresários e que, no processo, era preciso diminuir os impostos e aumentar o financiamento para aumentar as exportações, criar empregos e melhorar a produção.

Com relação ao mercado financeiro, a cobertura jornalística se concentrou em acompanhar o sobe e desce da bolsa e a adaptação dos bancos às mudanças da política econômica. Com o aperto de liquidez do Plano Real (menos dinheiro disponível para o sistema), os grandes bancos passaram a restringir o crédito aos pequenos e os jornais registraram o risco de crise no sistema financeiro, o que era negado pelo governo. O BC acabou mudando algumas de suas regras para poder dar “assistência de liquidez” aos bancos que estavam em dificuldade.

Em seu conjunto, o noticiário de economia foi muito favorável ao Plano Real. Como nos pacotes anteriores, o posicionamento da mídia foi mais de torcida em prol do sucesso das medidas econômicas do que de crítica. Isso se repetiu no jornalismo opinativo, só que, dessa vez, com muito menos entusiasmo do que em experiências anteriores.

A repercussão do plano entre os consumidores foi tema de muitos editoriais. O da *Folha* de 1º de julho de 1994, com

o título *Cair na real* (OPINIÃO, p.1-2), por exemplo, discutiu exatamente isso: como a sociedade brasileira recebia a 10ª moeda desde o descobrimento do país. “Não se sente nem de parte dos agentes econômicos nem da população em geral o entusiasmo que se viu no Cruzado, em 1986”, lembrava, no texto, o jornal paulista.

O editorial de *O Globo* de 1º de julho de 1994, com o título *Razões para acreditar* (OPINIÃO, p. 6), propôs responder por que depositar alguma crença no novo pacote, depois de tantos fracassos na política econômica e, por fim, fez uma defesa do Plano Real. Apresentou duas razões para o povo acreditar:

1) Nenhum país pode viver sem uma moeda que expresse valor real. A nossa, há muito tempo, era apenas um índice, cada vez mais fluido. Era obrigatório tentar de novo; 2) O plano que agora toma corpo não tem qualquer das características que denunciam uma mistificação. Foi o primeiro do gênero arquitetado às claras, e discutido etapa por etapa. A sociedade sabe exatamente o que se pretende e quais são as perspectivas e os obstáculos que existem pela frente.

Nesse texto, o *Diário Carioca*, além de pedir que se combatesse o ceticismo total com relação ao Plano Real, cobrava as grandes reformas modernizadoras que deveriam ter sido feitas na revisão constitucional e que ajudariam no desenvolvimento econômico do país.

No dia 2, a *Folha* trouxe um editorial para mostrar o “Sucesso de público” — título do texto opinativo — que o novo

plano já estava tendo, imediatamente após seu lançamento, conforme destacava o primeiro parágrafo: “Antes de ser um sucesso ou fracasso do ponto de vista econômico, o real já é um grande sucesso de público. É a única constatação possível a se extrair da pesquisa feita ontem, no primeiro dia de vigência da nova moeda, pelo Datafolha”.

No dia 3, o *Diário Paulista* cobrava — como havia feito *O Globo* — que o governo perseguisse a estabilidade, mas que também implementasse reformas que melhorassem a distribuição de renda no país. Também criticava o aumento abusivo de preços e discutia a manutenção de juros altos.

A questão do momento em que o real entrava em vigor, coincidindo com o final da campanha eleitoral, no qual os dois principais candidatos eram nitidamente da oposição e do governo, também foi citada em editoriais. O sucesso do real, inevitavelmente, influenciaria o êxito do candidato de situação, diziam os jornais.

6.4 Ampliação da pauta em tempos de estabilização

A partir de 1º de julho de 1994, com o Plano Real, a economia brasileira ganhou previsibilidade e, a partir daí, pôde implementar estabilidade. No final desse ano, as previsões de aumento nas vendas de automóveis, eletrodomésticos, bens de consumo não duráveis, alimentos incendiavam a imaginação das multinacionais. Entre março de 1994 e março de 1995, o comércio de duráveis no Estado de São Paulo registrou aumento de 57,6%. A produção de bens de consumo, no primeiro

semestre de 1995, segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), teve média de 109,55 (base 1991 = 100). No primeiro semestre de 1994, havia sido de 98,00 (NASSIF, 2007, p. 181).

De forma geral, esse plano foi bem recebido pela imprensa. A jornalista Miriam Leitão destaca o porquê de o Plano Real ter dado certo, em sua avaliação:

Eu entendi, ao longo desse processo, que fazer com que as pessoas entendessem exatamente o tamanho do problema e da doença que tinha acometido o Brasil era lutar contra o problema, porque se mais gente entendesse, mais gente faria a coisa certa, mais gente lutaria contra a inflação. O plano que deu certo, só deu certo porque as pessoas entenderam. E as pessoas precisavam entender. Então, o jornalismo econômico prestou um enorme serviço ao país — e eu tenho muito orgulho de ter participado desse período — por lutar contra um inimigo que roubava o futuro da pátria, que empobrecia os pobres, enriquecia os ricos, dava toda a base para a corrupção, permitia fraudes bancárias enormes, impedia o planejamento e a competição via preços. Porque se ninguém tinha noção de quanto custava cada coisa, ninguém podia escolher pelo preço. Se ninguém podia escolher pelo preço, o mais forte ganhava sempre, e o mais forte na estrutura de preços, porque o Brasil tem uma economia muito cheia de cartéis, oligopólios e monopólios. E a economia era fechada. E isso fazia com que o consumidor fosse refém desses grupos da economia fechada. E isso e a neblina da inflação impediam que o consumidor visse e fizesse a relação entre valor e preço.

Quebrou-se a relação entre valor e preço. Você não sabia mais se uma coisa era cara ou barata. Então, o jornalista precisava ajudar a entender isso. [...] A diferença do Plano Real é que eles deram tempo para as pessoas entenderem. Foi o primeiro plano que foi explicado com antecedência. Antes se dizia que nada poderia ser explicado com antecedência, porque não daria certo, porque as pessoas se protegeriam. Mas a tecnologia do Plano Real era diferente, era preciso que você entendesse. Então, por isso, o plano deu certo, porque ele requereu a inteligência das pessoas. [...] Então, a gente teve de entender a lógica do plano, sua mecânica, explicar na televisão, no rádio, jornal, o tempo todo: explicar, explicar, explicar. Aí, de novo, a gente foi muito necessário.

Miriam Leitão atribui o êxito do Plano Real ao fato de o governo ter dado tempo para as pessoas entenderem as mudanças na economia, ter explicado com antecedência. E, em seu relato, ela destaca, mais uma vez, a importância do jornalista de economia em ser o agente intermediário na explanação sobre a lógica do pacote para a população. Entender a mecânica do Plano Real era função do jornalista, que deveria explicar e se tornava necessário por isso.

Joelmir Beting — que também trabalhou na cobertura do Plano Real, inclusive em um *Globo Repórter* exibido no primeiro dia de circulação da nova moeda, no qual foi o mediador das perguntas da população para o Ministro Ricupero, e para o Presidente do BC, Pedro Malan, no estúdio, em Brasília (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 277) — também destacou o papel da explicação antecipada das medidas para o êxito do pacote:

O Plano Real acertou na mosca. Foi uma solução única no mundo, na literatura econômica, para um problema exclusivamente nosso. Só podia ser uma solução brasileira para um problema brasileiro: que foi um mecanismo de engenharia monetária para produzir a desindexação radical da economia. Então, inventou uma moeda, que era escritural, chamada URV, que passou a substituir não o cruzeiro, mas o dólar. Porque o refúgio, então, das pessoas, das famílias, até da baixa renda, era dolarizar tudo. Então você cria uma moeda para substituir o dólar. E não havia inflação no dólar. O preço dolarizado ficava congelado. Todo mundo se defendia com o preço congelado em dólar, porque se eu congelava em dólar o outro também estava congelando o dele, em dólar. Havia uma estabilidade dos preços em dólar, a dolarização informal. Aí eu ponho essa dolarização informal dentro de um mecanismo de conversão, chamado URV, com aviso prévio: que no dia 1º de julho ia se transformar no Real. E todo mundo que passou a conviver, entender a URV, passou a aceitar a chegada do real, e não deu outra.

A questão nacional apareceu muitas vezes, nos relatos dos jornalistas, ao analisarem o papel do jornalismo de economia no período estudado nesta pesquisa. Eles ressaltaram o trabalho dos jornalistas dessa editoria, nesses acontecimentos importantes que foram os planos econômicos, como Miriam Leitão fez ao abordar a cobertura do Plano Real, como úteis à nação em função de sua função de “prestadores” de um serviço importante ao país.

O que acontece com o jornalismo de economia nos países estáveis? A cobertura mudou após a estabilização? O

jornalista Carlos Sardenberg (2008) avalia que o jornalismo de economia competente, em uma economia estável, é um jornalismo dedicado a empresas, empreendimentos e negócios e destaca que esse subcampo e os jornalistas dessa área evoluíram ao longo dos planos econômicos:

Depois da redemocratização, nós entramos em uma sucessão de crises econômicas e políticas mal-sucedidas. E isso obrigou os jornais, os veículos, a terem uma boa equipe de economia e obrigou os jornalistas a aprender. Se você faz uma pesquisa nos jornais e pega a cobertura do Plano Cruzado, em 1986, e depois da introdução do Real, em 1994, você vê como a qualidade mudou. Na época do Cruzado, quando eu estava no Ministério do Planejamento, três ou quatro jornalistas estavam familiarizados com o assunto. Um deles era o Celso Pinto, que tinha boa familiaridade com os assuntos econômicos. Mas, quando a gente teve o segundo ou terceiro plano econômico, já tinha gente sabendo. E, em um determinado momento, nós tínhamos um verdadeiro *check-list*. Tem congelamento ou não tem congelamento? Tem tablita ou não tem tablita? Tinha uma equipe muito boa... Tinha informação muito boa sobre qual era o melhor momento de aplicar na poupança. Então, a gente desenvolveu essa *expertise*. [...] Os jornalistas desenvolveram mais o conhecimento de economia. São, em geral, os repórteres mais bem pagos. No meu tempo, quando eu estava na redação, era o pessoal mais bem pago.

Sardenberg destaca, em seu relato, que houve um amadurecimento da cobertura, ao longo dos sucessivos planos

econômicos, o qual fez com que esses profissionais conseguissem alcançar um maior preparo e mais prestígio, pois, em geral, conseguem ser mais bem remunerados que seus pares na profissão.

Na avaliação de Miriam Leitão, com a estabilização, muita coisa mudou no jornalismo de economia, mas faltou cobrir com mais profundidade algumas áreas:

Há muito assunto por aí, mas há muita coisa mal coberta. Acho, por exemplo, que os jornalistas de economia não cobriram o que aconteceu com a indústria. Ela passou por uma mudança dramática, de um país fechado para um país aberto, de um país sem nenhuma competição para um país com grande competição, e como isso foi coberto? Quem contou o que aconteceu dentro das empresas que os economistas diziam que seriam destruídas, mas sobreviveram e ficaram mais eficientes? O que aconteceu mesmo no dia a dia da empresa brasileira? Ninguém contou direito a revolução dos agronegócios quando ela estava sendo feita. Só depois que a produção e a exportação de grãos explodiram é que se começou a falar no assunto. Ou o meio ambiente é que atrapalha o crescimento ou toda a produção é tratada como devastadora do meio ambiente. É preciso contar as histórias para que se saiba, caso a caso, qual é a melhor decisão para o país.

Na avaliação dela, alguns temas passaram a ser abordados pela editoria de economia depois da estabilização: combate à pobreza, natureza da desigualdade, desafios da educação. “Na época da superinflação, a cobertura de economia nem

olhava para esses temas. Hoje, em *O Globo*, eles foram totalmente apropriados pela economia”, destacou.

A pauta do jornalismo de economia, em sua avaliação, se ampliou e ela buscou alargar sua própria pauta:

Quando a inflação baixou, eu falei ‘poxa, agora eu quero cobrir o Brasil’. Então, eu comecei a lidar muito mais com outros temas, comecei a agregar outros temas na minha pauta. Eu não fiz isso sozinha, não. A editoria de economia fez isso também. Eu vi que o movimento foi mais geral. Eu senti em mim, mas acho que eu percebi que foi um movimento coletivo, inconsciente ou não. A editoria de economia começou a cobrir desigualdade social, de uma forma muito mais técnica, estudando a desigualdade, os indicadores diferentes, foi quando a questão racial entrou na pauta. E eu entrei nessa pauta, defendendo a tese de que o Brasil tem racismo e grave, e está escrito nos números, e tem de ter medidas contra o racismo. Foi aí que eu fui entender melhor o que os movimentos negros estavam falando. [...] Mas estava tudo na economia. Estou convencida que a economia não é forte se ela é tão desigual. Antes tinha uma emergência e nem podia lidar com isso. Depois, passada a emergência, eu podia cuidar dessas coisas.

Assim, com a passagem da instabilidade aguda para a estabilidade, com a consolidação do Plano Real, a imprensa de economia teve de buscar novos temas para abordar, ao lado da cobertura sobre os rumos da economia no país. Isso porque, quanto mais instável é o ambiente econômico, maior é a fonte de notícias — quentes e do dia.

A pauta de economia incorporou, então, temas sociais e ambientais, conforme destaca Miriam Leitão:

É um outro momento de ampliação do nosso olhar. Eu acho que, antes, o jornalismo econômico falava pouco para o cidadão comum, para o consumidor e tal. O jornalismo da ditadura era muito voltado para as empresas e era prisioneiro dos interesses dos grupos. Era muito prisioneiro do Delfim Neto, que comandava a pauta, era o soberano da pauta. Cobria Delfim Neto e Fiesp. Então, era prisioneiro das grandes empresas e do que eles achavam que era importante para o país e do Delfim Neto. E o jornalismo econômico ficou menos governamental ao longo dos anos. Demorou porque, com a emergência, nós tínhamos que continuar tendo fontes governamentais, ou seja, tínhamos que cobrir o governo. Significava cobrir o Ministério da Fazenda. Hoje, o Ministério da Fazenda não tem a importância que já teve no passado. Por quê? O jornalismo foi mais para a economia como um todo, para a empresa, para os consumidores, para os investidores, para os exportadores, para os contadores, foi para as pessoas, se privatizou. Buscou fontes, pautas fora e interesses fora. Durante um tempo, agregou também os trabalhadores.

A mídia foi considerada simpática demais com o governo FHC, conforme criticaram alguns jornalistas que atuaram no jornalismo de economia e escreveram artigos e livros sobre o tema, como Bernardo Kucinski (1998; 1999) e Aloysio Biondi (1998), que compartilham da opinião de Nassif, em seu depoimento, e têm identificação com o pensamento de esquerda.

Para Kucinski (1999, p.183), o sucesso do Plano Real de estabilização, em meados de 1994, estimulou o alinhamento da mídia a FHC. Ela se manteve, durante todo o primeiro mandato do presidente, aparentemente motivada por sua personalidade, sua fama de intelectual importante, em contraste com o horror que a alternativa Lula inspirava nas classes médias na época. O apoio dos meios de comunicação foi ao projeto de reestruturação econômica do Estado, no início magnificamente personificado pelo presidente. Sobre isso, registra:

O sistema mídia como um todo fechou com o sistema de poder e por tabela com o sistema governo. Apenas alguns poucos veículos isolados e de circulação restrita, como a *Carta Capital*, manteve-se também sistematicamente crítico a FHC e, portanto, fora do sistema de apoio. *Veja* tem sido o veículo mais explícito em colocar a reestruturação nos termos exatos em que é formulada pelo grande capital como um imperativo histórico, visão subjacente à postura de toda a mídia brasileira. Dos grandes jornais, apenas a *Folha de S.Paulo* matizou seu apoio sistêmico com revelações pontuais que podiam eventualmente pôr em risco o governo. A ausência de pluralismo, outra notável característica do discurso da mídia durante o primeiro mandato de Fernando Henrique, é mais um sintoma do caráter sistêmico do apoio. Apenas dois ou três colunistas mantiveram-se críticos ao governo, entre eles, Jânio de Freitas, Cony e Aloysio Biondi, nenhum deles, no entanto, engrossando o discurso tradicional do campo popular (KUCINSKI, 1999, p. 183).

O apoio pouco crítico das empresas de comunicação a FHC foi sobredeterminado pelas volumosas privatizações das telecomunicações nas concessões de novas frequências de transmissão de rádio e TV e de áreas de exploração de TV a cabo. O traço central da reforma dos sistemas Telebrás, no governo FHC, foi sua fragmentação em empresas regionais, que passariam a ser disputadas por grupos privados, interessados em reorientar suas estratégias de expansão centradas nas telecomunicações (KUNCINSKI, 1999, p. 183-184; BIONDI, 1988).

O discurso do jornalismo, na era FHC, na avaliação de Kuncinski, “é essencialmente econômico e não veio para explicar e, sim, para persuadir”. A partir da tese de que liberar a economia era o único caminho e FHC a única solução, não houve debate, nem mesmo durante a campanha eleitoral. Em FHC, o narcisismo tornou-se fator importante no desencadeamento do modo dogmático de governar. Reconhecidamente vaidoso, tinha também consciência do papel determinante da mídia como formatadora do espaço público da política e governava também para a televisão.

Outros jornalistas da área apontam problemas na forma de fazer a cobertura de maneira geral. Aloysio Biondi, que atuou na cobertura de economia de 1967 a 2000, ao falar sobre o jornalismo de economia, em 1998, durante o governo FHC, disse que um de seus problemas mais graves foi que ele “nunca esteve tão vergonhosamente atrelado ao governo”. Para Biondi (1998), a qualidade do jornalismo de economia ficou comprometida, porque as empresas jornalísticas “fecharam” com o governo FHC, não só pela onda neoliberal, mas também por

causa da privatização das telecomunicações. Ele avaliou esse tipo de cobertura da seguinte forma:

O jornalismo econômico é como o jornalismo policial, é fragmentado. Dá o momento de recorde e o momento de grande crise. Depois não fala mais nada e todo mundo fica pensando que só tem crise. Que é o fim do mundo. A gente já passou por várias crises em que as pessoas pensavam que o mundo ia acabar. A crise do petróleo, a crise da dívida externa nos anos 80, tudo parecia indicar que o mundo ia acabar. E com a ajuda da imprensa, aí, sim, ideológica.

Luís Nassif, que tem uma postura mais combativa e crítica do que os jornalistas Miriam Leitão e Joelmir Beting com relação ao modelo econômico adotado no país, diz: “Já faz muito tempo que a economia é apresentada como uma ciência mágica, capaz de transportar o país para o progresso, sem esforço, e o jornalista de economia como o sujeito que usava o jargão econômico para se valorizar ou escrevia fácil sem explicar”.

Nassif diz que, desde 1970, o jornalismo de economia ajudou a montar a fantasia do saber mágico, pairando acima da realidade do país e das pessoas: “Ajudamos a vender a fantasia do ‘milagre’, período em que todo empresário era tratado como uma ‘raposa felpuda’ que sabia tudo e tinha todas as virtudes”. Sobre o desenvolvimento desse subcampo, nas duas últimas décadas do século XX, Nassif (2003) analisa:

Depois, nos anos 80, o jornalismo econômico ajudou a ‘vender a morfina dos pacotes econômicos

milagrosos'. Desviamos a atenção nacional dos temas fundamentais, da educação, saúde, da gestão, da inovação, tudo trocado pela mística dos pacotes, pelo sebastianismo que atribuía a algumas pessoas o condão de transformar a vida nacional. Nos anos 90, nos deixamos seduzir pela miragem da abertura financeira indiscriminada, pelos sofismas de que a criação de vulnerabilidade externa atrairia capital volátil, que, por si, atrairia o capital de investimento. Ajudamos a vender o peixe de que, reduzindo a aposentadoria, os repasses para Estados e municípios, impondo um arrocho fiscal sem precedente, se abririam as portas do desenvolvimento para o país.

Ele avalia que, muitas vezes, os jornalistas de economia e os jornais deixaram de lado aspectos fundamentais da construção do país, o respeito ao seu povo, a compreensão da sua história, o entendimento da sua cultura, a análise dos seus personagens e agentes econômicos, para substituí-los pela superficialidade das análises diárias de mercado.

Neste capítulo, vimos que a “era” do real, se iniciou, trazendo a estabilização como uma novidade há anos não sentida pela população. FHC e a equipe econômica do governo buscaram, como estratégia de construção da credibilidade do novo plano, a comunicação das medidas, com antecipação, para a sociedade. FHC utilizou a arte da política para conseguir fazer as articulações entre os diversos agentes a fim de convencê-los do êxito das medidas. E o jornalismo de economia foi cobrir as mudanças em tempos de previsibilidade e buscar novos assuntos para a pauta, inclusive temas sociais, embora devesse

se aprofundar mais nas abordagens, conforme apontam os jornalistas-chave desse subcampo.

Quadro 5 – Ministros de Estado da Fazenda (de 1985 ao final do século XX)

18/01/1980 a 14/03/1985 18/01/1980 a 25/03/1981 25/03/1981 a 01/03/1983	Ernane Galvêas <i>Eduardo Pereira de Carvalho (Interino)</i> <i>Carlos Viacava (Interino)</i>
15/03/1985 a 26/08/1985	Francisco Oswaldo Neves Dornelles
26/08/1985 a 29/04/1987	Dilson Domingos Funaro
29/04/1987 a 21/12/1987 13/05/1987 a 06/01/1988 13/05/1987 a 06/01/1988	Luiz Carlos Bresser Gonçalves Pereira <i>Mailson Ferreira da Nóbrega (Interino)</i>
06/01/1988 a 15/03/1990	Mailson Ferreira da Nóbrega
15/03/1990 a 10/05/1991	Zélia Maria Cardoso de Mello
10/05/1991 a 02/10/1992	Marcílio Marques Moreira
02/10/1992 a 16/12/1992	Gustavo Krause Gonçalves Sobrinho
16/12/1992 a 01/03/1993	Paulo Roberto Haddad
01/03/1993 a 19/05/1993	Eliseu Resende
19/05/1993 a 30/03/1994	Fernando Henrique Cardoso
30/03/1994 a 06/09/1994	Rubens Ricupero
06/09/1994 a 31/12/1994	Ciro Ferreira Gomes
01/01/1995 a 31/12/2002	Pedro Sampaio Malan

Fonte: Ministério da Fazenda (www.fazenda.gov.br)

Quadro 6 – Presidentes do Banco Central do Brasil (de 1985 ao final do século XX)

De 05/09/1983 a 14/03/1985	Affonso Celso Pastore
De 15/03/1985 a 28/08/1985	Antonio Carlos Braga Lemgruber
De 28/08/1985 a 11/02/1987	Fernão Carlos Botelho Bracher
De 11/02/1987 a 30/04/1987 De 30/04/1987 a 04/05/1987	Francisco Roberto André Gros <i>Lycio de Faria (interino)</i>
De 05/05/1987 a 09/03/1988	Fernando Milliet de Oliveira
De 09/03/1988 a 22/06/1989 De 23/06/1989 a 25/10/1989	Elmo de Araújo Camões <i>Wadico Waldir Bucchi (interino)</i>

(*Continua*)

De 25/10/1989 a 14/03/1990	Wadico Waldir Bucchi
De 15/03/1990 a 17/05/1991	Ibrahim Eris
De 17/05/1991 a 16/11/1992	Francisco Roberto André Gros
De 13/11/1992 a 29/03/1993	Gustavo Jorge Laboissière Loyola
De 26/03/1993 a 09/09/1993	Paulo Cesar Ximenes Alves Ferreira
De 09/09/1993 a 31/12/1994 De 31/12/1994 a 11/01/1995	Pedro Sampaio Malan <i>Gustavo Henrique de Barroso Franco (interino)</i>
De 11/01/1995 a 13/06/1995	Pérsio Arida
De 13/06/1995 a 20/08/1997	Gustavo Jorge Laboissière Loyola
De 20/08/1997 a 04/03/1999	Gustavo Henrique de Barroso Franco
De 04/03/1999 a 01/01/2003	Arminio Fraga Neto

Fonte: Banco Central (<http://www.bcb.gov.br/>)



ECONOMIA VIRTUAL E RISCO: o jornalismo na era dos mercados

A implementação do Plano Real, a partir de 1º de julho de 1994, refletiu em uma notável desaceleração da inflação. Depois de quatro anos de aparente calma, no entanto, começou um período de turbulência na economia do país.

A valorização do câmbio, decorrente da sustentação da estabilidade de preços na âncora cambial, inverteu a situação da balança comercial, transformando um megasuperávit, até 1994, em um megadéficit, a partir de então. O déficit em transações correntes cresceu e tornou muito mais elevadas as necessidades de financiamento do setor externo. Isso fez a economia brasileira mais dependente dos fluxos externos de capital e obrigou a manutenção de altas taxas de juros internas, conforme explica Sandroni (2005, p. 655).

O déficit público também se expandiu em função do crescimento dos encargos financeiros da dívida interna, pela necessidade de ajustar as contas dos Estados e municípios e

dos bancos fragilizados pela baixa inflação. Com a crise mexicana no final de 1994, o Plano Real sofreu seu primeiro ataque especulativo, entre março e abril de 1995, quando foram criadas as bandas cambiais, permitindo que a taxa de câmbio fosse ajustada pelas autoridades monetárias dentro de limites estreitos.

A crise mexicana foi a primeira de uma série a abalar a economia brasileira. Em dezembro de 1994, a passagem da paridade com o dólar para um câmbio a 3,46 pesos resultou na perda de US\$ 10 bilhões para os investidores estrangeiros e mexicanos. A partir daí, ocorreu uma fuga de capitais do México, muito noticiada pela imprensa. Desencadeou-se, então, uma fase de instabilidade que se propagou rapidamente para o Brasil e a Argentina (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 315-316).

Mas o Brasil superou esse ataque. Não desvalorizou sua moeda de maneira intensa. No entanto, como o déficit em conta-corrente se agravou e as contas públicas não foram ajustadas, o prometido equilíbrio fiscal não foi conseguido. Além disso, com a crise no Sudeste e Nordeste asiáticos, no segundo semestre de 1997, a moeda brasileira voltou a ser atacada. Em 1997, o desmoronamento dos chamados “tigres asiáticos”¹³¹ fez com que as principais bolsas de valores do mundo registrassem baixas históricas. Conseqüentemente,

¹³¹ Denominação dada aos países da Ásia cujo desenvolvimento, depois da Segunda Guerra Mundial, foi muito intenso e contínuo, como nos casos de Cingapura, Coreia do Sul, Hong Kong e Taiwan, e que assumiram uma posição agressiva no comércio internacional, ampliando suas exportações. Mais recentemente, a China vem ocupando um papel de destaque nas exportações asiáticas e, em muitos casos, deslocando ou substituindo os países citados (SANDRONI, 2005, p. 841).

os investimentos foram cancelados, principalmente em países emergentes como o Brasil (SANDRONI, 2005, p. 655; MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 316).

Apesar de as perdas de reservas terem sido substanciais, o real não sofreu desvalorização. Permaneceu praticamente a mesma política cambial, embora o custo tenha sido uma brusca e intensa elevação da taxa de juros no último bimestre de 1997 e de tributos para o equilíbrio das contas públicas. Em 1998, em um efeito dominó, a economia russa entrou em colapso e o país decretou moratória da dívida externa. Novamente, ocorreu uma onda de baixas nas bolsas de valores mundiais. As consequências da falência russa atingiram o Brasil, que teve suas reservas internacionais reduzidas.

7.1 A crise do Plano Real de 1999 e o segundo mandato de FHC

No plano político, o pleito de 1998 foi o primeiro em que o chefe do Executivo pôde disputar a reeleição. Em junho de 1997, FHC conseguiu a aprovação da emenda constitucional que instituiu a possibilidade de um presidente ter dois mandatos consecutivos.

No dia 4 de outubro de 1998, a população escolheu, além do presidente, deputados, governadores e senadores. FHC disputou a sucessão presidencial com Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Ciro Gomes (PPS) e mais nove candidatos. Cerca de 61 milhões de eleitores, de 537 cidades brasileiras, utilizaram as urnas eletrônicas naquele ano, o dobro das eleições anteriores (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 311).

O presidente FHC se reelegeu ainda no primeiro turno, com 35.936.918 votos (53,6%). Lula recebeu 21.475.348 (31,71% do total), Ciro Gomes, 7.426.235 (10,97%) e Enéas Carneiro, 1.447.976, que representaram 2,14%. Em seu primeiro discurso após ser reeleito, no dia 7 de outubro, FHC reafirmou o compromisso de cortar despesas do governo.

O maior desafio de FHC, depois da posse, foi manter a estabilidade do real e, ao mesmo tempo, promover o crescimento econômico. O ministro da Fazenda, Pedro Malan, teve papel estratégico para que o governo pudesse seguir as diretrizes traçadas. Naquele período, o capitalismo vivia uma de suas piores fases dos últimos 50 anos do século XX. De 1994 a 2001, cinco graves crises internacionais atingiram fortemente o Brasil.

No fim de 1998, o desaquecimento da economia ao longo do ano provocou redução do PIB; taxas de desemprego recordes; ocorrência de um período deflacionário; e as contas públicas e externas do Brasil só pioraram. O país foi vítima de uma crise cambial prevista por economistas das mais variadas correntes de pensamento. Assim, no início de 1999, assistiu-se a mais uma fuga de capitais do país, que detonou uma crise cambial que forçou a desvalorização do real. Foi o fim da “âncora cambial”, depois de um período de quatro anos e meio no qual ela cumpriu um papel fundamental no controle da inflação. Com isso, deram-se as condições políticas necessárias para a implementação, em tempo recorde, da agenda liberal proposta pelo governo FHC: a quebra dos monopólios estatais, a ampliação e o aprofundamento do programa de privatizações, as reformas do Estado e da Previdência etc. (FILGUEIRAS, 2000, p. 217).

A instabilidade potencial dos preços foi rapidamente elevada pela desvalorização cambial de 14 de janeiro de 1999, quando o Banco Central (BC) abandonou a política de câmbio fixo, deixando-o flutuar de acordo com as condições do mercado.

Em momentos de nervosismo (oscilações bruscas da moeda estrangeira), a autoridade monetária passa a oferecer títulos atrelados à variação do dólar. Essa operação, realizada, naquela época, com a oferta de Notas do BC em série Especial (NBC-E) foi duramente criticada por fontes credenciadas na imprensa, que viam na transação um contrassenso duplo. Primeiro, porque se o câmbio era flutuante, o BC não deveria interferir na formação das cotações do dólar, e segundo, porque as ofertas de papéis elevaram significativamente a parcela da dívida pública em moeda externa (ARAÚJO, 2006, p. 22-23).

A política de estabilização associada ao Plano Real foi acompanhada por mudanças na forma de atuação do Estado na economia, nas relações internacionais do país, na estrutura dos setores industrial e financeiro e do mercado de trabalho — conforme o ideário liberal de estabilidade e desenvolvimento. Isso criou uma barreira intransponível entre estabilidade monetária e crescimento, agravando o desemprego, aprofundando a dependência externa do país, fragilizando financeiramente o Estado e enfraquecendo sua capacidade de adotar políticas públicas e sociais (FILGUEIRAS, 2000, p. 218).

Naquele ano de 1999, projetava-se, como efeito da desvalorização cambial, uma explosão dos índices de preços, principalmente daqueles que carregavam algum componente ligado ao comportamento internacional, como os indicadores

de atacado (Índice Geral de Preços - IGP). *Commodities*, como as agrícolas (soja, trigo e café), siderúrgicas (aço) e petróleo, que fazem parte da vida de qualquer cidadão comum, embutiam um forte potencial de reajustes. Esse nervosismo todo se justificava pelo medo de o plano fracassar. Então, em janeiro de 1999, quando o câmbio passou a flutuar de acordo com as condições do mercado, as estimativas para os indicadores de preços foram alarmantes (ARAÚJO, 2006, p. 23).

Após o êxito econômico nos primeiros anos do governo FHC, o Plano Real encontrava-se, então, combatido por tantas crises e passava, em 1999, por um período de grave instabilidade monetária: a crise cambial. A evasão dos investimentos estrangeiros, o aumento da taxa de juros, a entrada do capital especulativo e a lentidão das reformas fiscais no Congresso puseram em xeque a credibilidade econômica brasileira.

Sobre a cobertura jornalística da crise do Plano Real, logo no primeiro dia de 1999, uma sexta-feira, os dois jornais pesquisados cobriram de forma distinta a posse de FHC para o segundo mandato. O diário paulista valorizou a parte política do evento, enquanto o carioca descreveu também os detalhes da cerimônia (a editoria de *O País*, destinada à política nacional, ganhou o subtítulo *A posse* nos dias 1º e 2). Em suas matérias, a *Folha* foi mais “seca” na abordagem. Já *O Globo*, deu destaque aos detalhes que deram toque pessoal, de intimidade ao ato da posse.

FH, em seu discurso, disse que não seria gerente de crise e que queria a queda dos juros para até 15% ao ano. A conjuntura de incertezas que circundava o real já era registrada pelos

diários desde o final de 1998 e foi tema do pronunciamento do presidente no dia do início de seu segundo mandato.

Naquela primeira semana de janeiro, o noticiário de economia se concentrou em aconselhar o consumidor sobre como lidar com as contas no começo do ano e os orientou a investir na poupança. O comportamento das vendas e de preços de produtos também estava no dia a dia da pauta dessa editoria e continuou sendo coberto ao longo do mês após a crise ter se agravado.

As altas taxas de juros eram abordadas constantemente nos diários, já que eram um ponto nevrálgico para a economia do país. O cumprimento das metas do país com o FMI também ocupou parte do noticiário. Esse assunto apareceu associado à ameaça de moratória do governo de Minas Gerais, que foi constante no noticiário. Esse episódio ocorreu porque os então governadores Itamar Franco (PMDB-MG), Olívio Dutra (PT-RS), Tasso Jereissati (PSDB-CE), Garotinho (PDT-RJ), Zeca do PT (PT-MT), Ronaldo Lessa (PSB-AL) e Jorge Vianna (PT-AC), ao tentarem renegociar a dívida de seus estados com a União, compraram uma briga com FHC. O assunto foi discutido pela imprensa por dias consecutivos, enfocando, sobretudo, o governador mineiro, devido à moratória que ele havia decretado.

O comportamento de queda da inflação nos estados também era acompanhado pelos jornais. Outro tema recorrente foi a taxa de desemprego no país. Assuntos novos foram inseridos na pauta da editoria de economia, como a ameaça do *bug* nos computadores com a chegada do ano 2000.

No dia 14 de janeiro, os jornais estamparam em suas primeiras páginas a manchete sobre a crise e a desvalorização do real em 8,9%. Eles repercutiam as reações ao dia considerado mais tenso desde que FHC havia chegado ao poder. O BC havia anunciado as medidas para conter os efeitos da crise de credibilidade enfrentada pelo país no exterior.

Gustavo Franco, um dos idealizadores do Plano Real e da política cambial, vinha sendo criticado por empresários e por economistas por causa da crise e pediu demissão da presidência do BC. Foi substituído pelo diretor de Política Monetária dessa instituição. *O Globo* deu matéria sobre essa mudança na manchete do dia 13: *Gustavo Franco cai e Francisco Lopes é o novo presidente do BC*. No dia seguinte, o jornal fez uma autorreferenciação, ao lembrar, na página 34, que tinha publicado aquele assunto em primeira mão, e reproduziu parte da primeira página da edição anterior, com o título *O Globo na frente*.

As tensões no mercado financeiro, a partir da queda do presidente do BC e da desvalorização da moeda, foram registradas pelos jornais. E as editorias de economia, mais uma vez, reafirmaram seu papel de prestadoras de serviço para a população por meio da tradução da turbulência financeira. No dia 14, por exemplo, *O Globo* deu uma matéria sobre a perspectiva de aumento do índice inflacionário: *Inflação deverá ficar entre 2% e 4% em 1999* (1999, p. 31). Ao lado desse texto jornalístico, publicou um box com o título *Traduzindo o economês*, no qual explicava o que a desvalorização do real frente ao dólar trazia de impacto para o cotidiano do consumidor. Se o real estivesse valendo menos, importar um produto ficaria mais caro

e isso se refletiria em inflação mais alta. Isso também afetaria as compras e as dívidas em dólar de muitas indústrias e esse impacto poderia ser repassado para os preços.

Diante do agravamento da crise, FHC e Pedro Malan fizeram um pronunciamento, no Palácio do Planalto, no qual reiteraram o compromisso com o ajuste fiscal e disseram que os rumos da política econômica não mudariam. A *Folha* do dia 14 publicou um caderno especial sobre a crise, com 15 páginas, nas quais fez a repercussão sobre o assunto com diversas fontes. Na capa, trouxe como matéria principal: *Governo muda política cambial; mercado reage com ceticismo*.

A crise brasileira repercutiu no mercado internacional e ocupou as manchetes dos jornais do restante do mês em função da importância de suas possíveis consequências para o país. Também ocupou a primeira página nos meses seguintes, conforme mostrou um estudo feito por Ananias Freitas (2001, p. 108-124). Durante os 75 dias de sua análise, a crise do real foi tema de manchete na maioria das vezes e esteve presente em todas as primeiras páginas dos dois jornais¹³².

¹³² Foram analisadas as edições da *Folha* e de *O Globo* e dos telejornais *Nacional*, da *Rede Globo*; *Jornal da Band*, da *TV Bandeirantes*; e *Jornal da Record*, da *TV Record*, dos três primeiros meses de 1999. Freitas (2001, p. 108-124) considerou as dimensões quantitativa e qualitativa do noticiário no período de 1º de janeiro a 15 de março de 1999 e mostrou que a *Folha* publicou 182 manchetes em sua capa sobre política e economia. Dessas, 20 foram consideradas positivas para o governo federal, 75 negativas e 79 neutras. *O Globo* publicou 120 manchetes sobre política e economia, sendo 52 positivas, 13 negativas e 55 neutras. Esse quantitativo foi avaliado como “uma pluralidade saudável entre os dois veículos”. Com relação às matérias produzidas sobre o tema política e economia, a *Folha* publicou 590 matérias, sendo 161 positivas para o governo, 295 negativas e 134 neutras. Já em *O Globo*, saíram 652, sendo 288 positivas, 106 negativas

Como se trata de dois jornais que buscam uma projeção nacional pode-se aferir que, em *O Globo*, operou-se, com destaque, uma combinação do posicionamento mais positivo para o governo: falou-se menos de assuntos negativos. *A Folha* buscou, em uma estratégia mais pedagógica, explicar aos seus leitores que, de certa forma, cada medida econômica influenciaria no seu dia a dia. Criou o selo “Real em Crise” para identificar as matérias relacionadas ao tema e fez um caderno especial com o mesmo nome. Durante toda a cobertura, criticou o presidente e suas medidas econômicas, mas não se limitou a uma postura de oposição ao governo.

O Globo não destacou a crise do real na primeira página em todos os dias de análise. A manchete principal foi dividida entre política nacional e local, futebol carioca e carnaval na Sapucaí. Nas capas, foram divulgados também os assuntos das novelas globais e de seus artistas, demonstrando uma busca pela diversificação de matérias e por uma maior diluição dos assuntos negativos. O autor conclui que *O Globo* utilizou mecanismos buscando “esconder” a presença do governo nas “más notícias” por meio da diluição dos sujeitos e das responsabilidades. Os títulos das matérias sobre fatos negativos

e 258 neutras. As notícias e reportagens foram classificadas como “positivas” quando tratavam de assuntos favoráveis ao governo, utilizavam fontes que o apoiavam e/ou especialistas ou cidadãos comuns que o defendiam ou eram abertamente tendenciosas a seu favor. Já as “negativas” eram as que tratavam de assuntos desfavoráveis ao governo, que utilizavam fontes que não o apoiavam ou eram tendenciosas contra ele. E, por fim, foram consideradas “neutras” as sobre assuntos que não estavam relacionados ao tema, embora tratassem de questões políticas nacionais e/ou locais, mas que não favoreciam nem desfavoreciam o governo.

raramente levaram o nome do governo, muito menos de FHC. Os textos também seguiram nessa linha (FREITAS, 2001, p. 114-117).

Os dados apresentados na pesquisa de Freitas ajudam na contextualização de aspectos dessa cobertura sobre esse momento de crise, a partir da qual se pode dizer — considerando as teorias de construção social das notícias, a estruturalista e a interacionista, que emergiram nos anos 1960 e 1970 — que a crise econômica ocupa grande espaço nos principais jornais brasileiros por se tratar de um assunto com valor-notícia semelhante ao da morte.

Para essas teorias, explica Nelson Traquina (2004, p. 173-174), as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização. Essas correntes sublinham a importância da cultura jornalística, a ideologia dos membros da comunidade, e as rotinas e procedimentos que os profissionais utilizam para levar a cabo o seu trabalho. Assim, ambas rejeitam categoricamente uma visão instrumentalista das notícias, porque reconhecem que os membros da comunidade jornalística exercem um grau de autonomia. Contestam a visão de que eles são observadores passivos e defendem a posição de que, ao contrário, são de fato participantes ativos na construção da realidade.

Assim, as notícias seriam uma “construção” social, o resultado de inúmeras interações entre diversos agentes que pretendem mobilizá-las, portanto, como um recurso social

em prol das suas estratégias de comunicação. Em um nível, os jornalistas interagem com diversas fontes de informação, algumas a quem têm acesso regular. Em um segundo nível, a interação tem lugar entre eles, como membros de uma comunidade, que partilham uma identidade profissional, valores e cultura comuns.

Em um terceiro nível, na definição deles de notícias, eles também interagem silenciosamente com a sociedade, por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As narrativas sobre os fatos têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade. Como um todo e como seus membros.

Assim como onde há morte, há jornalistas, onde existe uma perspectiva ou risco de ocorrer uma crise, também há jornalistas. A morte e a crise econômica são valores-notícia fundamentais para essa comunidade interpretativa e são razões que explicam o negativismo do mundo jornalístico, apresentado diariamente nas páginas dos jornais, nas emissoras de rádio e televisão ou nos sites noticiosos.

O crime é percebido como um fenômeno permanente e recorrente e grande parte dele é observada pelos meios de comunicação de uma forma igualmente rotinizada. No caso da notícia sobre crise econômica, ocorre o contrário: ela não é percebida como um fenômeno que deva ser permanente e, por isso, se fortalece como valor-notícia quando irrompe a normalidade do campo econômico.

O que confere especial atenção às “estórias” de crimes é a mesma estrutura de “valores-notícia” que se aplica a outras áreas noticiosas: um crime mais violento, com um maior número de vítimas, equivale a maior noticiabilidade para esse delito. Qualquer crime pode ficar com mais valor-notícia se a violência lhe estiver associada. Nesse aspecto, a notícia sobre a crise na economia se assemelha a sobre delitos: quanto mais impactante for para a macro e a microeconomia, maior espaço ocupará nos meios de comunicação.

7.2 Crise e risco no jornalismo de economia

A iminência de uma crise no campo econômico remete a outro conceito importante nessa área: o de risco. E ele está relacionado ao jornalismo de economia. Veremos por quê.

O Plano Real, como vimos, teve como matriz básica o chamado “Consenso de Washington”, que também pode ser visto como resultado do processo de globalização financeira, que acelerou o movimento dos capitais especulativos, com a formação de um mercado financeiro mundial, e levou a um acentuado crescimento da incerteza e do risco (FILGUEIRAS, 2000, p. 94),

Os mercados de câmbio se tornaram altamente especulativos a partir das políticas de desregulação financeira, implementadas por Ronald Reagan e Margaret Thatcher nos anos 1980. O economista Filgueiras, assinala que uma das consequências mais daninhas desse fenômeno se expressa no fato de que os bancos centrais, principalmente dos países periféricos,

se tornaram impotentes para controlarem ataques especulativos contra as suas respectivas moedas nacionais, o que implicou o aumento dos riscos sistêmicos.

A tentativa de administrar o risco é uma preocupação que ganhou novas proporções na pós-modernidade, pois ele se tornou um sintoma da cultura contemporânea, com o aumento do número de conflitos étnicos no mundo e sua relação com a disputa de interesses econômicos, que geram instabilidade. Isso está associado à incerteza, ao risco. Nesse contexto, as descontinuidades, as irregularidades e a volatilidade parecem estar proliferando.

No mundo das finanças, novos instrumentos aparecem a um ritmo estonteante, novos mercados estão crescendo mais rapidamente do que os antigos, e a interdependência global torna a administração do risco cada vez mais complexa. A insegurança econômica, sobretudo no mercado de trabalho, gera manchetes diárias em veículos de comunicação. O meio ambiente, a saúde, a segurança pessoal e o próprio planeta Terra parecem estar sob o ataque de inimigos nunca antes encontrados (BERNSTEIN, 1997, p. 331-332).

Risco se tornou um conceito central na sociedade contemporânea, porque eles têm se tornado, progressivamente, mais sistêmicos e globalizados. E isso aumenta a dificuldade de calculá-los, pois são cada vez mais imponderáveis.

A palavra risco emergiu na pré-modernidade, na transição entre a sociedade feudal e as novas formas de territorialidade que dariam origem aos Estados-nação. Mas foi apenas em meados do século XX que ocorreu a progressiva formalização

do conceito e aperfeiçoamento das técnicas de cálculo. Spink (2001, p. 1280) explica que o campo interdisciplinar da análise dos riscos se inaugurou, segundo alguns autores (HOOD; JONES; PIGEDON; TURNER; GIBSON, 1992; RENN, 1998), na década de 1950, por conta da energia nuclear. Esse campo englobava três áreas de especialidade: o cálculo dos riscos, a percepção deles pelo público e sua gestão. Mais recentemente, essa gestão passou a englobar também a comunicação sobre riscos ao público.

Seu significado é próprio da modernidade e está intimamente relacionado à incorporação cultural da noção de probabilidade. Mary Douglas (1992) o considera a maneira moderna de avaliar o perigo em termos de probabilidade, em um contexto de incerteza. A noção moderna da palavra emergiu, segundo ela, no século XVII, no contexto dos jogos de azar. Foi incorporada, no século XVIII, no seguro marítimo e, no século XIX, na economia.

Paulo Vaz (1999, p. 6) destaca que o conceito é nômade, pois orienta múltiplas práticas e recebe conteúdos diversos segundo os diferentes campos de saber que suscita, como a ciência política, a economia, a medicina, o direito, a engenharia e a ecologia. Em sua face positiva, supõe que é possível o planejamento e a possibilidade de aventurar-se cientificamente, isto é, com segurança e controle no uso de tecnologias bastante complexas. Sua outra face, porém, é a advertência constante sobre as consequências de nossos atos.

Esse conceito tem sido tratado pelas ciências sociais a partir de diferentes perspectivas. Dentre elas, destaca-se a

formulação de Ulrich Beck (1992) que, no final dos anos 1980, propôs o risco como uma noção central para a compreensão da sociedade em que vivemos, cunhando a expressão “sociedade do risco”, que designa “um estágio da modernidade em que começam a tomar corpo as ameaças produzidas até então no caminho da sociedade industrial” (BECK, 1997, p. 17).

A “sociedade do risco” (ou modernidade tardia para alguns) sucederia a sociedade disciplinar ou de controle. Para Michel Foucault (2005), o crescimento de uma economia capitalista fez apelo à modalidade específica do poder disciplinar, cujas fórmulas gerais, cujos processos de submissão das forças e dos corpos, cuja “anatomia política” podem ser postos em funcionamento por meio de regime políticos, de aparelhos ou de instituições muito diversas¹³³.

A sociedade disciplinar teve seu ápice no início do século XX. Em meados dele, porém, ela entrou em crise, que nos anos 1990 se completou. Mudaram as técnicas de poder, o sentido da vida que nossa cultura nos propõe e o sujeito:

Por estarmos no início, por ainda assistirmos à instalação de uma nova forma social, é difícil precisar seus contornos. A exposição só pode ser comparativa e estratégica; apreender o fim da forma disciplinar

¹³³ O que estava em pauta na sociedade disciplinar era a gestão da vida que, segundo Foucault, englobou duas estratégias. Uma, desenvolvida a partir do século XVII, centrou-se no corpo-máquina, constituindo os dispositivos disciplinares. A outra, um pouco mais tardia, se desenvolveu por volta de meados do século XVIII, centrou-se no corpo-espécie e englobou as técnicas de governo das populações. É no âmbito dessas últimas que vão se constituir os biopoderes essenciais para a moderna gestão dos riscos (FOUCAULT, 1977).

pela relativa pacificação no que antes, nos comportamentos humanos, inquietava e o aparecimento de novos objetos de preocupação social (VAZ, 1999).

Spink (2002, p. 152) afirma que vários autores (BECK, 1992 e 1998; GIDDENS, 1998) ponderam que os riscos não estão mais limitados temporalmente (na medida em que futuras gerações podem ser afetadas) e nem espacialmente, pois muitas vezes extrapolam as fronteiras nacionais. A reflexão necessária deixa, portanto, de estar circunscrita a grupos e localidades, tendendo à globalização à medida que os riscos modernos (ou a consciência deles) revelam ameaças irreversíveis à vida das plantas, dos animais e dos seres humanos desta e de futuras gerações.

Beck e outros sociólogos (entre eles GIDDENS, 1998) falam de “sociedade de risco” para pontuar a complexidade dos riscos modernos, que se referem à sua natureza, enfatizando a presença crescente dos riscos manufaturados, produtos dos desenvolvimentos da ciência e tecnologia e à progressiva tendência à desterritorialização e à globalização deles.

Vaz (1999) acrescenta que atualmente experimentamos a formação de uma sociedade de controle ou da fragilidade. Se uma sociedade se define pelos valores que propõe como positivos e se esses emergem por negação da negação, a passagem da disciplina ao controle é, segundo ele, também a passagem da norma ao risco, como conceito primário a partir do qual se pensa a relação dos indivíduos consigo mesmos, com os outros e com o mundo.

Atualmente, risco é abordagem recorrente em uma ampla variedade de pesquisas em diferentes disciplinas científicas. Na economia é, em certa medida, um problema econômico-monetário. Depende, em particular, de todas as possibilidades de se restringir o domínio de consequências a serem consideradas em uma equação de custo/benefício (LUHMANN, 1993, p. 1).

Como um termo econômico, risco é uma situação em que, partindo-se de determinado conjunto de ações, vários resultados são possíveis e as probabilidades de cada um acontecer são conhecidas. Quando tais probabilidades são desconhecidas, a situação denomina-se incerteza (e, no ramo de finanças e investimentos, a incerteza influencia todas as decisões). Em sentido mais concreto, é a condição de um investidor de perder ou ganhar dinheiro. Em termos históricos, a análise científica do risco teve início no século XVII, em pleno Renascimento (SANDRONI, 2005, p. 737).

A capacidade de administrar o risco e, com ele, a vontade de correr riscos e de fazer opções ousadas, portanto, são elementos-chave da energia que impulsiona o sistema econômico (BERNSTEIN, 1997, p. 3).

E qual é o papel da mídia dentro desse contexto? No linguajar convencional, a era atual da história é geralmente caracterizada como sendo de globalização, revolução tecnológica e democratização (MCCHESENEY, 2003, p. 217). Nessas três áreas, a mídia e as comunicações têm um papel central no interior de uma cultura pública que é profundamente influenciada pela nova economia política.

Na sociedade atual, denominada de risco, complexa ou pós-moderna, a informação tem papel fundamental, diante dos inúmeros meios que permitem ao cidadão o contato imediato com a notícia e com os acontecimentos, não mais em nível local, mas globalizado e de acesso imediato.

A mídia se legitima por ocupar o lugar daquele que, na sociedade, adverte sobre a existência dos riscos e propõe os meios de contorná-los (VAZ, 1999). Uma pesquisa citada por Vaz mostra que 40% das chamadas de primeira página em jornais norte-americanos dizem respeito à gestão do cotidiano, tendo em vista os hábitos de vida e os riscos que se correm. É principalmente pelos meios de comunicação que o indivíduo se informa sobre os perigos locais, regionais e globais que podem, de alguma forma, lhe atingir.

No campo econômico, a informação é considerada um item essencial na tomada de decisões. Schuch (1997) observa que decidir economicamente é praticar uma ação racional, no presente, que terá uma consequência, um resultado, no futuro, procurando otimizar uma relação aparentemente simples, mas que, na verdade, é complexa: a relação custo/benefício. A importância da tomada de decisão está no futuro. Para chegar à decisão, os agentes econômicos (indivíduos e empresas) processam informações já conhecidas e procuram as desconhecidas a fim de minimizar o risco.

O papel da informação na tomada de decisões é, portanto, minimizar o risco, de forma a maximizar benefícios econômicos. Assim, dentro de um ambiente econômico competitivo, o jornalismo torna-se uma fonte poderosa de informações

necessárias à tomada de decisões e à formação de estratégias econômicas pelos agentes desse campo. Evidentemente, cabe a cada agente econômico a escolha das formas de uso dessas informações. Mas é lícito concluir que o uso do jornalismo proporciona vantagens competitivas em um ambiente de negócios (SCHUCH, 1997, p. 2-3).

Bernstein (1997, p. 278) explica que temos a tendência a acreditar que a informação é um ingrediente necessário à tomada racional de decisões e que, quanto mais informações tivermos, melhor conseguiremos lidar com os riscos que enfrentamos. No sistema econômico, o jornalismo tem, portanto, o papel de servir como ferramenta ao processo decisório dos agentes do mercado.

Na cobertura do lançamento do Plano Real, verifica-se que o risco aparece no sentido de possibilidade de ocorrência de algum evento, concebido como ocasião para ganhos ou perdas. Nesse glossário, incluem-se as palavras “ameaça” e “medo”, “chance” e “perda” (ou “queda”), “sorte” e “perigo”, que apareceram em matérias as quais discutiram o possível aumento ou queda da inflação, os índices, repercussões com especialistas ou comportamento dos preços dos produtos e dos agentes do mercado.

No caso da crise do Plano Real, as possibilidades de risco de a inflação voltar e a ideia de que produziria os impactos para a economia do Brasil estiveram presentes, no noticiário verificado no mês de janeiro de 1999, porque havia a ameaça de desequilíbrio, o que levou à decisão do governo de desvalorizar a moeda. Nessa cobertura, apareceram, com frequência,

as palavras “incerteza”, “medo” e “ameaça”, usadas por segmentos do mercado e reproduzidas nas matérias sobre aumentos de preços ou queda de índices.

O risco move o sistema capitalista e, em consequência, o noticiário sobre os fatos econômicos. Com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação e aumento da velocidade da informação, o jornalismo de economia foi ganhando importância, porque foi servindo cada vez mais à economia virtual, na qual os fluxos de informação são tão rápidos, abundantes e vigorosos, que passado e futuro passam a ficar comprimidos em percepções sintetizadas no presente.

No mundo de hoje, os mercados financeiros fazem a mediação entre as percepções sobre o futuro, a soma de diagnósticos e de prognósticos. A percepção e a prevenção do risco tornam-se cada vez mais importantes, em uma economia virtual, na tomada de decisões em um terreno marcado por influências e repercussões de fatos com consequências globais.

O risco, portanto, alimenta o noticiário. Nas notícias de economia, fala-se em probabilidade ou chance de ocorrência e tenta-se analisar os fatores. Uma das características do jornalismo de economia que pode ser observada — e é uma das mais marcantes — é o constante tratamento, como verdade, de prognósticos. A cobertura do campo econômico é muito mais construída em torno de análises, estimativas, especulações, aproximações e pontos de vistas sobre cenários futuros de fontes especializadas do que por fatos concretos. Com isso, muitas vezes, antecipa situações, constrói cenários futuros como verdades do presente, e, conseqüentemente, provoca mudanças

em um mercado onde as operações são cada vez mais virtuais, voláteis, e cujas decisões são fortemente influenciadas pelos discursos sobre os rumos dos setores da economia.

Aliás, sobre a construção de cenários pelas fontes especializadas e suas análises de risco para o campo econômico é importante acrescentar que, em geral, elas o fazem a partir de suas expectativas com relação ao desempenho da economia, quase sempre positivas. Analisar de forma negativa pode fazer com que setores deixem de lucrar e, como se sabe, a possibilidade contínua de se obter lucro é a mola que move o capitalismo e seus discursos. Também ocorrem interpretações de dados sobre desempenho da economia do país a partir de projeções das fontes especializadas sobre medidas que elas acham que o governo deveria adotar.

Dessa forma, a cobertura jornalística do campo econômico pelos meios de comunicação passa por especulações sobre os riscos das medidas tomadas pela política monetária do governo, por aproximações, estimativas e cenários futuros desenhados por fontes especializadas da área, o que pode levar a informações equivocadas, dependendo da interpretação que se dá ao assunto.

Outro ponto importante que a análise das edições dos jornais indica e que também está relacionado com a interpretação por parte das fontes é o uso das estatísticas na pauta do jornalismo. Kucinski (2000, p. 24) ressalta que, no debate econômico, abusa-se das falácias, argumentos com premissas aparentemente corretas, mas cujas conclusões são falsas. E a mais frequente é a falácia estatística. Quase tudo pode ser provado

em economia, manipulando-se estatísticas. Escolhem-se dois pontos convenientes de uma série estatística para provar, por exemplo, que os preços agrícolas sofreram uma perda em seu poder de troca. Poderiam ser escolhidos outros dois pontos, não muito distantes, para se provar exatamente o contrário.

Esses aspectos mostram que, na economia, o que é verdade para um agente pode ser falso para o conjunto dos agentes econômicos. Frequentemente, jornalistas e economistas formulam leis gerais e, portanto, relações de causalidade, com base em observações singulares. O que acaba sendo um erro metodológico. Observações singulares, como ressalta Kucinski (2000, p. 25), não garantem a validade de uma lei geral. É comum, no debate econômico, o recurso, ora sincero, ora retórico, a teses já refutadas. Para escapar das falsas relações de causalidade ou da formulação de leis inválidas, o jornalista deve evitar generalizações e tomar cuidado com a validade de suas premissas. Na lógica dedutiva, se as premissas forem verdadeiras, a conclusão tem de ser verdadeira. Em economia, deve-se preferir a lógica indutiva, que trata da maior ou menor probabilidade de uma conclusão ser verdadeira.

7.3 A opinião dos jornais sobre a crise que atinge a mídia

Na análise do jornalismo opinativo dos periódicos, verifica-se que os dois jornais publicaram muitos editoriais analisando o tema. A *Folha*, nos momentos de maior tensão da crise do real, publicou o editorial na primeira página. O *Globo* utilizou a mesma estratégia.

O real estava sofrendo constantes desvalorizações e, no dia 14 de janeiro de 1999, a *Folha* colocou em sua capa o editorial “Sem direito de vacilar”, que ocupou praticamente um terço da primeira página. O texto tratava da crise financeira no país e falava de suas dificuldades políticas:

[...] À exaustão do plano econômico, fruto da combinação perversa de erros domésticos não corrigidos a tempo com uma reviravolta no cenário econômico internacional, somam-se dificuldades de outra ordem, menos presentes em crises anteriores. Elas são políticas [...] Quando, no entanto, esses fatores se aglutinam e se retroalimentam numa dinâmica que parece pôr em risco a própria governabilidade, é preciso dar um basta e reagir a tempo. [...] Esse descrédito que recai sobre o Estado brasileiro se traduziu nas últimas semanas numa intensa fuga de capitais, gerando perda de reservas e deflagrando uma crise cambial. [...] O nó górdio da crise continua sendo a questão fiscal. [...] A elite política brasileira não tem mais o direito de vacilar.

Os editoriais da *Folha* cobravam que o governo tomasse medidas enérgicas para que a economia do país não retomasse a inflação e o desequilíbrio, conforme mostra o texto opinativo *Coragem para mudar*, que também foi publicado na capa, no dia 24 de janeiro:

A política econômica do Plano Real, que criou a moeda artificialmente valorizada diante do dólar, esgotou-se — e de forma dramática. [...] Pode comprometer a grande conquista que foi a derrubada

da inflação. É hora de mudar de rumo, de abandonar a crença no dom dos mercados de organizar a economia, que não deve se submeter ao império da especulação.

O jornal paulista recomendava, nesse texto, a queda dos juros e a privatização de estatais para estimular a economia:

Caindo os juros, a atividade econômica, hoje em depressão, será estimulada, aumentando a renda nacional e a arrecadação de impostos. [...] A centralização cambial é providência temporária e insuficiente. [...] O governo não deve tampouco temer tabus na privatização. A Petrobras, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal podem e devem ser privatizados. Acelerar o enxugamento da máquina pública, em todos os níveis, é crucial.

O tom mais crítico e dirigido direto ao governo foi uma característica mais percebida nos editoriais da *Folha*, que se posicionou a favor das privatizações. Já *O Globo*, concentrou sua opinião em fazer uma defesa do real, discutir os problemas externos e criticar a moratória mineira. No dia 15, por exemplo, publicou o editorial *Defesa da moeda* (OPINIÃO, 1999, p. 6), no qual chamava o Congresso para finalizar as votações relacionadas ao programa de ajuste fiscal, sem atacar o governo ou sua equipe econômica:

Sem o apoio do câmbio, o Brasil jamais teria conseguido debelar o processo de inflação crônica e aguda que infernizava a vida da grande maioria

da população brasileira e fazia com que o resto do mundo nos olhasse como uma economia de segunda classe. [...] O Brasil terá de lutar nos próximos dias e semanas contra a incredulidade. Mais do que nunca, o setor público como um todo (União, estados, municípios e empresas estatais) precisa dar claras demonstrações de austeridade nos seus gastos. Resta ainda ao Congresso Nacional finalizar as votações relacionadas ao programa de ajuste fiscal.

No dia 18 de janeiro, *O Globo* publicou sua opinião na capa, reiterando os pontos que havia defendido na edição do dia 15, mas, dessa vez, o jornal se mostrou mais crítico com o governo com relação aos rumos da crise:

A crise não é destes dias, mas aquela que se mantém latente desde que o Governo começou a agir como se a estabilidade da moeda gerasse espontaneamente as etapas seguintes da realização do potencial econômico brasileiro. [...] O Brasil está perdendo suas reservas de credibilidade rapidamente e de maneira lamentável. O presidente Fernando Henrique tem o dever de recuperá-las, mais rapidamente ainda, com a ênfase dramática que o momento exige.

Como ocorreu nos planos anteriores, os jornais reagiram por meio de editoriais cobrando ações do governo mediante o risco de o plano não dar mais certo por conta dos efeitos da crise. Os periódicos, como agentes partícipes da sociedade, com poder de dar visibilidade aos assuntos e de pautar a agenda pública de debates, também se colocaram na

posição de críticos dos poderes e, nesse episódio de crise, até apontaram onde o governo estava falhando por meio de seus textos opinativos.

Para não repetir o que ocorreu na década de 1980, a equipe do BC, liderada pelo economista Armínio Fraga, recém-saído da equipe do megaespeculador George Soros, tratou de elevar a taxa de juros às alturas (40% ao ano), inviabilizando o crédito e os investimentos no setor produtivo, restringindo ao máximo o consumo e a possibilidade de uma inflação de demanda. Esse foi o remédio amargo que manteve os preços ao consumidor sob controle, mesmo com o dólar, na época, atingindo o patamar de R\$ 2,15 (ARAÚJO, 2006, p. 24).

Para evitar a volta do caos inflacionário, o Decreto nº 3.088, de 21 de junho de 1999, estabeleceu a sistemática de metas como diretrizes para fixação do regime de política monetária. Já naquele ano, o Conselho Monetário Nacional indicou sua primeira meta, de 8%, com intervalo de variação de 2,5 pontos percentuais para cima ou para baixo. Ao BC, coube executar as políticas necessárias para o cumprimento do percentual fixado.

A crise na economia daquele final de século acabou atingindo os meios de comunicação. Na segunda metade dos anos 1990, a maior parte das empresas jornalísticas se lançou em projetos de diversificação tecnológica e ação de mercados. A partir de 1999, no entanto, com a reversão nas condições da economia, as dívidas das empresas se tornaram bolas de neve. E elas tiveram que tomar providências drásticas no sentido de reduzir despesas. Isso foi feito a duras penas e com perdas pro-

fissionais relevantes em alguns casos, conforme relato do diretor da *Folha*, Otávio Frias Filho a Pedro Venceslau e publicado na *Revista Imprensa* de setembro de 2007.

O impacto da crise econômica alcançou, por sua vez, a cobertura do jornalismo de economia, criticada por jornalistas da área por ter “fechado com o governo FHC”, conforme citamos no capítulo anterior. Os depoimentos desses profissionais são interessantes para ilustrar o comportamento da imprensa no período.

Luís Nassif comentou, na entrevista feita em 2007, o fato de a imprensa encampar a tese do modelo neoliberal de que toda a forma de gasto social é vista como despesa:

É impossível você construir um país sem criar inclusão social, sem ter investimento na educação. Só que você pega esse pensamento único, que é o tem na mídia, onde todo investimento social é visto como desperdício, todo gasto público é visto como desperdício — não no sentido de você melhorar o gasto público, mas de ser um desperdício em si. Então você tem, nos anos 1980/1990, vários grupos de vanguarda que passaram a pensar o país de forma sofisticada. O pessoal de gestão pela qualidade, da tecnologia social, de inovação da tecnologia das universidades. [...] Mas, quando chega 1994, Fernando Henrique pega o país com esse conjunto de ideias prontas para serem colocadas em prática — graças a dois episódios especialmente muito relevantes que jogam o Brasil na modernidade: a Constituição de 1988 que, ao contrário do que o mercado diz, foi extraordinariamente modernizante [...] e o primeiro ano do governo Collor, que, mesmo

com todas as besteiras que ele fez, deu um avanço muito grande nessa maneira de pensar o Brasil de forma moderna —, e ele joga fora. Por conta dessa financeirização da economia, aprecia o câmbio, cria um déficit externo, é obrigado a manter os juros lá em cima, quebrando o país. Daí a imprensa começa a dar sobrevida a esse modelo, através de clichês. Por que o país não cresce? Porque não fez a lição de casa. Qual é a lição de casa? É cortar aposentadoria, é cortar dinheiro para a merenda escolar. Você tem desperdício no gasto público e tem de ter gestão para melhorar isso. Mas, nessa ideologia de mercado, toda a forma de gasto público é vista como desperdício e isto é uma maluquice!!!

Nassif, mais uma vez, reclama do comprometimento dos meios de comunicação com o governo FHC e da crença na retórica sobre o modelo adotado, que é encampado e reproduzido pela própria imprensa:

Por que os jornais entraram nisso? Porque os jornais tiveram de fazer parte desse grupo que foi beneficiado por esse modelo e foi prejudicado em 1999, com a mudança do câmbio. Eles acreditaram naquilo que escreviam. Tinham de fazer isso diante desses fundos de investimentos para enfrentar as novas mídias. Então, fecharam os olhos para isso. [...] Essa falta de visão de modelo de país passou pela cobertura econômica.

Sobre as crises do Plano Real e o comportamento do jornalismo de economia, Joelmir Beting acrescentou em ser relato, concedido também em 2007, que:

O Plano Real, inclusive, não se bastou, porque depois dele nós tivemos a crise cambial do México, em 1995, que, para evitar o contágio, levou o Brasil a adotar a banda cambial aqui dentro. A banda cambial congelou o dólar dentro de uma faixa estreita, que continua patrocinando consumo. Aí, veio a crise da Ásia, em 1997, que atingiu o mundo todo, e principalmente os emergentes, e o Brasil já era um emergente meio desajeitado, mas já era. Depois veio a crise da Rússia, em 1998. Tudo isso manchete. O jornalismo econômico se fartando. Aí, veio um efeito chamado de globalização, que ninguém entendeu até hoje, mas estava lá nas manchetes, então já se falava em globalização e a globalização com pé esquerdo, porque a crise é global. E o mundo estava meio parado mesmo, andando meio de lado com essas crises todas. Aí, nós saímos da crise da Rússia já para a reeleição de FHC. E a reeleição do FHC criou uma grande especulação que se ele fosse reeleito ele ia abrir o câmbio. E aí, não deu outra. Em janeiro, ele tomou posse no dia 1º e, no dia 15, abriu o câmbio. [...] Aí, nós tivemos 55%, 63% de desvalorização do dólar, depois foi se acomodando. Aí, nós tivemos, em 2000, o estouro da bolha financeira lá fora. A segunda grande bolha financeira, a primeira foi a dos petrodólares, que acabou estourando lá atrás. A segunda foi a do *Wall Street Bank*, com base das empresas de tecnologia da Nasdaq, que contaminou as demais bolsas, e o mundo todo foi para uma sobrevalorização absurda, chamada 'exuberância irracional'.

O jornalista acentua a importância do valor-notícia crise para a cobertura da editoria de economia, que se alimenta,

sobretudo, das ameaças que irrompem o campo econômico. “Você vê, então, que o noticiário econômico está sempre rico, no bom sentido jornalístico, está sempre rico”, disse Beting ao citar outras crises que ameaçaram o Plano Real no início do século XIX. Conforme ele destaca em seu relato, crise é elemento rico para alimentar a pauta e a cobertura de economia. E também é momento propício para a própria legitimação da importância do jornalismo da área e dos economistas enquanto especialistas que explicam esses fatos.

7.4 Os economistas como fontes e os jornalistas

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

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

Por um lado, a equipe econômica é fraca politicamente, por não ter mandato eleitoral, tampouco ser constituída de

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

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

Variante mais antiga desse tipo de carreira, como nas primeiras gerações, é a do funcionário com origem social mais modesta, que cursou graduação em Economia ou Contabilidade, geralmente em escolas noturnas e de menor prestígio, de entremeio a uma metódica e longa carreira em órgãos burocráticos públicos. Partindo de cargos subalternos, alguns até

puderam chegar a ministro da Fazenda ou do Planejamento; mas, quando isso se deu, foi geralmente como compensação por fortes vínculos de trabalho e lealdade estabelecidos com figuras de elite¹³⁴.

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

Durante a abertura democrática, jovens economistas acadêmicos tornaram-se atores importantes também nos meios políticos de oposição ao governo militar. E o fizeram participando de debates na TV, em artigos na imprensa e mesmo em fóruns empresariais, como os promovidos pela *Gazeta Mercantil*, no início dos anos 1980.

Muitos desenvolveram, em universidades norte-americanas, teses relativas às questões atuais da agenda política, como aconteceu com os teóricos da inflação inercial e das políticas heterodoxas de estabilização econômica. Para um economista acadêmico, ser convidado a participar do governo é expressão do reconhecimento de sua competência técnica.

¹³⁴ Um exemplo foi Ernane Galvêas, ex-funcionário do Banco do Brasil, que galgou postos diversos na hierarquia das agências de gestão econômica até chegar ao posto de ministro da Fazenda no governo Figueiredo, desenvolvendo vínculos de lealdade com o grupo Eugênio Gudin e Octavio Gouvêa de Bulhões, posteriormente transferidos para o ministro Delfim Neto (LOUREIRO, 1997, p. 86).

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

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

São três critérios mais importantes que determinam, em geral, o prestígio dos consultores e seu nível de remuneração ou a demanda pelos serviços de suas empresas, apontados no estudo. O primeiro é a relevância dos postos que tenham ocupado no governo. O segundo é a visibilidade na imprensa com a participação regular nos principais jornais de São Paulo e Rio de Janeiro, inclusive com colunas nas principais revistas

especializadas; as empresas de consultoria, por sua vez, constroem sua visibilidade na imprensa não só por meio da publicação de artigos de seus principais sócios, mas também pela contratação de empresas de publicidade, que se encarregam de produzir “centimetragem de jornal” (divulgação de notas, resultados de pesquisas efetuadas pelos clientes etc.). E, por último, tem-se a universidade de origem do consultor e seu prestígio acadêmico.

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

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

Independentemente de suas orientações teóricas ou ideológicas, todos eles contribuíram, devido aos padrões estabelecidos de acesso ao poder e de gestão de políticas econômicas,

para o reforço do centralismo decisório. Além disso, contribuíram também para o desenvolvimento de práticas neopatriomonalistas, ao transformarem sua passagem pelo governo em um “capital” de conhecimento e informações (sobre a máquina governamental, o sistema decisório e os recursos públicos disponíveis) passível de ser rentabilizado no mercado. As inúmeras firmas de consultoria de ex-ministros ou ex-dirigentes de agências econômicas governamentais são reveladoras dessa situação (LOUREIRO, 1997, p. 98).

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

O mesmo clima fez com que se sentissem legitimados para isso. Aliás, a atitude de “salvadores da pátria” assumida por alguns economistas juntamente com os presidentes que os

sustentaram politicamente, em especial nas experiências consideradas de choques heterodoxos, de um lado exprime uma visão autoritária do poder, implícita na crença na capacidade transformadora do saber técnico e em sua superioridade em relação à racionalidade política. De outro, é sintoma, mesmo que paradoxal, da situação de ingovernabilidade ou paralisia decisória que tem caracterizado o Estado no Brasil nas últimas décadas. Quanto menor é a capacidade governativa, mais se recorre a soluções mágicas ou não políticas. Como já visto, um dos fatores decisivos para o lançamento do Plano Cruzado foi a percepção por parte do governo de seu enfraquecimento político e de que a aliança política que o sustentava estava se esfacelando.

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

Luís Nassif destaca que a imprensa foi partícipe em reforçar uma espécie de endeusamento dos economistas a partir da sucessão de pacotes e, principalmente, com o Plano Real:

Os planos econômicos, o Cruzado e os demais, permitiam muito jornalismo de serviços, porque você tinha de saber como se converte o contrato tal, como se convertem os salários. Esse foi um período bom para mim, profissionalmente, porque eu dominava a matemática financeira dos planos. Mas aí, quando você começa a se aprofundar e entender mais de economia, você vê que esses planos foram um engodo, para garantir governabilidade a um

governo sem legitimação que era o Sarney. E daí, você tem um problema bem sério, que acaba influenciando nos anos 1990, que é o endeusamento desses economistas de pacote. Nos anos 1990, quando a economia começa a se internacionalizar, é o pessoal que se associa a bancos que vai dispor de mandar no Plano Real. E o que você aprende com esses planos econômicos? Em cada plano econômico o país fechava os olhos para toda a sorte de abusos. Você tinha essa questão do 'interesse nacional' e os planos econômicos permitiam grandes ganhos, porque, quando você definia as regras do jogo, os contratos, especialmente em mercado, você permitia grandes ganhos ou grandes perdas para grupos. Então, nos anos 1990, vem a internacionalização do grande capital brasileiro, que passa a ir para o exterior e voltar na forma de investimento externo. Então, quando vem o Plano Real, e os economistas tomam o controle, porque Fernando Henrique tinha saído para se candidatar, Ricupero estava chegando, tem uma manipulação do câmbio lá visando o jogo de mercado, entre os comprados e vendidos do mercado de câmbio. Todo o endeusamento desses economistas, desde o Cruzado, acabou desarmando a opinião pública sobre fazer uma fiscalização sobre o que eles aprontaram em 1994.

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

A imprensa estava desarmada e precisava acreditar. Quem mostrasse os abusos era apontado como

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

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

Desde o início, André Lara Resende era defensor intransigente da remonetização com poupança externa. Na gestão de FHC na Fazenda, André concordou em completar o processo de renegociação da dívida externa. Ali, ampliou contatos com banqueiros internacionais. Com a rede de contatos externos ampliada por sua posição de negociador da dívida, saiu do governo para operar no mercado. Mas continuou tendo participação ativa nas formulações econômicas, em um caso flagrante de *insider information*. Aliás, era mais do que o *insider*. Era o economista com dupla militância, ajudando a definir as regras do Real e, depois, operando no

mercado em cima dessas mesmas regras. Os economistas do Real haviam sido economistas do Cruzado. Lá, aprenderam duas características desses planos. Uma, as possibilidades que se abriam nos mercados de derivativos, devido à falta de clareza sobre os próximos passos dos mercados. Quem está no governo tem o controle do processo, porque cabe a ele definir as regras do jogo e prever suas consequências. Além disso, há uma dupla blindagem para suas ações: aquela decorrente do clima cívico que se seguia a qualquer plano de estabilização, e o desconhecimento da opinião pública em geral sobre as complexidades dos mercados de derivativos (NASSIF, 2007, p. 187-188).

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

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

A cobertura continua seguindo o ‘efeito manada’. Ocorre quando você tem temas complexos, e o jornalista não quer correr risco, e o modo de produção jornalística é anacrônico. Hoje, o país é muito mais complexo do que o país dos anos 1970, e o modo de produção da notícia é o mesmo. O pauteiro pela manhã faz a pauta, passa para o repórter que está

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

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

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

Alguns profissionais se tornaram referências do pensamento econômico do país na segunda metade do século XX, como Octávio Gouveia Bulhões, Roberto Campos, Mário Henrique Simonsen e Delfim Neto¹³⁵. A partir dos anos 1980, predominaram no noticiário os grupos das duas escolas principais desse pensamento. À direita, o grupo de economistas monetaristas discípulos de Roberto Campos e de Mário Henrique Simonsen, reunidos em torno da FGV, no Rio de Janeiro. E os ligados à PUC-Rio: Francisco Lopes, Edmar Bacha, Pedro Malan, Pêrsio Arida e André Lara. À esquerda, os herdeiros da tradição estruturalista de Celso Furtado: Luiz Gonzaga Beluzzo, João Manuel Cardoso de Mello e Maria da Conceição Tavares. São esses nomes, principalmente, que vão frequentar o noticiário no período analisado nesta pesquisa.

Assim, a análise da cobertura jornalística dos planos nos permite inferir que os economistas são agentes que foram legitimados pelos jornais e pelos jornalistas de economia — por meio de espaço para a publicação de artigos deles e de sua

¹³⁵ Esses economistas de referência só deixam o noticiário quando morrem. Foi o caso de Simonsen, que apareceu como fonte na cobertura jornalística de todos os planos econômicos analisados neste livro até sua morte em 1997.

atuação como fontes fundamentais para diversas matérias sobre a economia do país. Eles foram popularizados pelos jornalistas de economia, uma vez que frequentaram o noticiário dando entrevistas. Mas foram legitimados e, ao mesmo tempo, ajudaram a legitimar os jornalistas e o jornalismo de economia, dando-lhes distinção com relação aos outros jornalistas e editorias, à medida que permitiam que desenvolvessem um papel de intermediários entre eles, com seu saber técnico, e o público-leigo, com o conhecimento do senso comum. E o fizeram quando lhes forneceram informações para que pudessem traduzi-las em narrativas jornalísticas.

Ao recorrer primordialmente às fontes que compõem a equipe do governo, o jornalismo de economia brasileiro demonstra depender, principalmente, das fontes oficiais. Joelmir Beting fala sobre essa questão:

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

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

Do ponto de vista ético, aí vale para o jornalismo como um todo, é que você tem uma ética de jornalismo que não é a ética do jornal, e você tem uma ética de jornal que não é a ética do jornalista e uma ética de jornalista que não é a ética do jornalismo. A ética do jornal é a mais porosa de todas. Muda de acordo com o dono do jornal. Mudou o dono, muda a ética do jornal. Mudou o governo, também muda a ética do jornal. Mudou o partido, muda a ética do jornal em relação ao poder e ao partido. Quer dizer: tem gente que faz até jornalismo com base na religião. Então, existe a ética de jornal que é muito mais estética do que ética. Existe um conceito genérico, que é a ética do jornalismo, que se resume em dizer a verdade, nada mais que a verdade. Agora, a ética do jornalista é a de trabalhar dentro desse universo, sob pressão de todo tipo, procurando fazer a triagem de todas as versões que você encontra e de todas as situações, até de conflitos de interesse que você tem de administrar. Você tem de trabalhar com esse tampão da ética da sua empresa. Não é a ética da sua profissão. É a ética da sua empresa. Você tem que acomodar a ética da sua profissão dentro desse processo. Alguns conseguem, com luz própria, mas adquirida, sobrevoar esse problema, outros não vão conseguir nunca sair dessa. A maioria não consegue, porque não tem condição política de fazer a luz própria nesse ponto da ética.

Esse é um dos desafios da atuação do jornalista da área econômica colocados por Beting: tentar ser ético em uma

cobertura na qual se está sob pressão do sistema como um todo — do jornal no qual trabalha e no trato com as fontes do governo e as que compõem o universo agrupado no termo “mercado”, que defendem seus interesses econômicos e políticos. E ele cita sua própria experiência com a questão da ética:

Eu sou um profissional que há muito tempo consigo dizer não. Eu não tenho relação de emprego faz muito tempo. Minha relação é de prestador de serviço. Eu produzo um serviço que eu vendo às empresas de mídia, que são minhas clientes, meus patrões. Elas não podem interferir no meu trabalho de maneira alguma. Se interferirem, eu posso aceitar ou não. Elas interferem, mas eu recuso. Às vezes, a gente acomoda, ajeita, também eu não vou ser o briguento da coisa, mas tem de chegar nesse ponto. Tem de ter força. Eu já troquei de empresa por conta disso.

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

Dogmatismo é o segundo. Em alguma medida, está presente em todo o jornalismo de economia, devido à influência de economistas que repetem teses antigas, já invalidadas como verdades reveladas, especialmente as teses do monetarismo.

Manifesta-se no reducionismo da discussão, no desprezo pelo factual e no pouco trabalho analítico.

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

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

Ao encerrar a análise do mês de janeiro de 1999, quando se fortalece a crise do Plano Real, verifica-se uma cobertura mais voltada para os prognósticos no noticiário, já que a conjuntura era de incerteza para a economia brasileira. Na construção da notícia de economia, sobretudo em período de crise, o risco se torna elemento central, uma vez que é em torno dele que giram as decisões tomadas pelos agentes econômicos. Observa-se também o papel dos economistas como legitimadores dos jornalistas que cobrem essa área, ao mesmo tempo em que também são legitimados por eles.

Deve-se ressaltar ainda que, apesar da crise de 1999 e de outras que ameaçaram a estabilização da moeda no país, o Plano Real foi considerado o mais bem concebido entre os 13 planos de estabilização tentados no Brasil desde 1979 (LOUREIRO, 1997, p. 103 e 117). Ele rompeu com as práticas anteriores, baseadas em terapias de choque e medidas de surpresa, diminuindo, de certa forma, o grau de incerteza para os agentes econômicos.



CONCLUSÃO

○ Brasil e o jornalismo de economia mudaram significativamente nas últimas duas décadas do século XX. Nesse período, ocorreram fatos marcantes no contexto político-econômico do país: redemocratização; promulgação da 8ª Constituição brasileira; mandatos de quatro presidentes da República; 13 ministros da Economia; oito planos econômicos anti-inflacionários de grande alcance e cinco trocas de moeda, que mexeram nas relações econômicas, na vida e no bolso de milhares de brasileiros.

Os assuntos econômicos — que já haviam ganhado espaço, como temática jornalística, durante o regime militar, com o esvaziamento da cobertura política e do embate ideológico — alimentaram e movimentaram o jornalismo ainda mais, sobretudo, em função da queda de braço dos governos com o dragão da inflação.

E os economistas — que a partir da ditadura passaram a ter o papel e o espaço que antes eram dados à política e aos

políticos — foram personagens importantes nos centros decisórios do governo e também nos jornais. Em nome da eficiência econômica e da competência técnica, os militares deram a esses profissionais os cargos de direção nos órgãos públicos, nos quais eles exerceram o poder de definir as políticas públicas e as orientações básicas para o desenvolvimento do país. Após a redemocratização, eles continuaram tendo autoridade e influência.

Com a valorização do campo econômico e dos economistas, o jornalismo dessa área ganhou importância durante o regime militar, não apenas devido à modernização da economia e à censura ao noticiário político, mas também em função das novas necessidades e aspirações da classe média em ascensão, ávida por informações sobre opções de aplicações, investimentos e outros serviços, bem como de proteção contra o surto inflacionário, que surgiu na esteira da decadência do “milagre econômico” e atingiu exorbitantes índices na década de 1980.

Depois da redemocratização, a economia se tornou uma área estratégica da política, e a estabilização virou a meta principal dos governos. Os sucessivos planos econômicos levaram essa esfera para a centralidade das páginas dos jornais, que reafirmaram sua importância na agenda nacional de debates.

Ao longo do processo traumático de tentar estabilizar a moeda, que tomou os dez anos seguintes, a imprensa de economia foi se especializando. Isso foi necessário para que o público entendesse a complexidade das questões envolvidas nas tentativas de proceder a estabilização da moeda. A “grande imprensa”, aqui representada pelos jornais *Folha de S. Paulo* e *O*

Globo, ampliou seus espaços de cobertura dos fatos econômicos. Nos anos 1980, esses periódicos buscaram novos enfoques para alimentar a pauta sobre essa área.

Na configuração do jornalismo de economia no Brasil, foi possível observar traços do grupo de jornalistas que atuam nessa área, os valores reiteradamente afirmados que conformam a identidade desse profissional. Alguns deles se destacaram e conseguiram se consolidar como referências da área, como Joelmir Beting, Luís Nassif e Miriam Leitão.

Eles atuaram durante a cobertura dos planos econômicos e se tornaram “personalidades” da imprensa de economia do país, no sentido de que conquistaram *status* ao longo de suas carreiras, construídas com atuação em diferentes veículos de comunicação, muitas vezes simultaneamente, e com desempenho como analistas dos assuntos do campo econômico (comentaristas e colunistas), dotados de uma autoridade jornalística específica para isso, conquistada pela experiência e pelo estudo que adquiriram na área.

A aquisição de poder simbólico do jornalista de “referência” nesse campo passa por estratégias de construção de um texto jornalístico com capacidade de transmitir a informação de forma objetiva para ser assimilada pelo leitor, telespectador ou ouvinte. A publicação de livros, com análises sobre episódios importantes da economia brasileira, também faz parte das estratégias discursivas desses profissionais.

Depois de observar o caráter mais particular da profissão — os relatos dessas fontes-chaves —, a análise documental dos resultados de duas pesquisas e de um levantamento de

dados de 491 currículos, mostrou um perfil mais geral sobre o jornalista que atua nessa área.

Verificou-se como parte da trajetória de profissionais desse grupo fazer graduação em jornalismo — geralmente cursada nas principais instituições brasileiras de ensino superior localizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro — e depois se especializar na área de economia, por meio de pós-graduações. As oportunidades do mercado, como os principais locais de formação, também estão concentradas na região Sudeste; e as relações de parentesco com outros jornalistas que estejam com carreiras em andamento influenciam na inserção desses profissionais nos postos de trabalho.

A análise da cobertura dos planos econômicos, por meio das edições da *Folha* e de *O Globo*, mostrou que o jornalismo de economia, no período abordado, passou por mudanças que envolveram duas dimensões principais. Uma, mais intrínseca, diz respeito a uma reconfiguração dentro desse subcampo, na forma de apresentação de suas narrativas.

Com a crise do milagre e os sucessivos planos econômicos implementados nos anos 1980 e início dos 1990, houve uma ampliação dessa editoria, que foi se profissionalizando e ganhando características específicas; foi consolidando uma linguagem própria, com a preocupação de tornar a informação acessível ao grande público.

Esse processo foi ganhando contornos mais definidos a partir do Plano Cruzado, quando os jornais tentaram fortalecer seu papel pedagógico diante do leitor na cobertura de economia. Houve uma mudança de postura no jornalismo — que

desenvolveu um noticiário predominantemente otimista e, ao mesmo tempo, didático.

O episódio do Plano Cruzado foi um marco no fortalecimento do jornalismo de serviço, porque, no momento de choque econômico, leitores, ouvintes, telespectadores buscavam informações sobre bolsas, aplicações de curto prazo, investimentos de risco, como assegurar o valor do salário, como funcionava o seguro-desemprego. Essa necessidade de informações econômicas acessíveis aos leigos aumentou a oferta do jornalismo de serviço por parte dos jornais, o que se mostrou uma tendência nos anos 1980.

Os veículos buscaram simplificar a linguagem, na tentativa de explicar, de forma acessível, as medidas econômicas, e utilizaram recursos gráficos como boxes, tabelas e ilustrações para facilitar o entendimento por parte do leitor. Esse jornalismo de serviço ou de utilidade pública passou definitivamente a fazer parte da rotina e do papel dos jornalistas, nessa editoria, a partir dessa fase de turbulências na economia brasileira inaugurada pelo Plano Cruzado.

Ao longo dos quatro programas de medidas econômicas que sucederam o Plano Cruzado, ainda no mandato de Sarney — Cruzado II, Bresser, Verão I e II —, a cobertura passou de predominantemente entusiasmada para mais crítica. No início do mandato de Fernando Collor de Mello, o primeiro presidente eleito por votação direta após a abertura política, o Plano “Brasil Novo” e o confisco da poupança deixaram perplexas a população e a imprensa.

Os jornais tiveram um papel de abrir amplos espaços para a divulgação das medidas e de tentar explicá-las e

simplificá-las para o público. Além disso, tiveram a função de apaziguar os ânimos. A imprensa foi o principal agente de intermediação, para o público, dos fatos econômicos gerados pelo governo e os jornalistas reforçaram, mais uma vez, na “era” Collor, seu papel e sua importância como mediadores desse processo, tentando traduzir, além do “economês” das medidas, seus impactos jurídicos.

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

A imprensa, ao longo dos sucessivos planos, foi construindo um noticiário para explorar a extrema participação popular, construindo narrativas de forma sensacional. Tradicionalmente marcada por uma linguagem mais hermética e sisuda, a editoria de economia buscou popularizar a cobertura dos fatos econômicos e conquistar leitores. As notícias foram valorizadas com a evolução dos gráficos e tabelas e ganharam o reforço dos infográficos. Esses recursos se sofisticaram graficamente com a informatização das redações.

Houve também um aumento da interatividade com os leitores. Eles começaram a ter mais peso nessa relação, pois os periódicos intensificaram a preocupação em responder às questões que eram relevantes para seu público nas turbulências provocadas pelos diversos planos. Esse contato direto com o leitor (via telefone ou por cartas) gerava questionamentos e novas pautas, que alimentavam o noticiário.

Assim, é possível verificar que a narrativa da imprensa de economia adotou um direcionamento mais pedagógico, que se estabeleceu por meio de uma linguagem menos tecnicista. O jornalismo passou a atender a uma demanda crescente do leitor por informações sobre os impactos desses pacotes em suas vidas.

Nesses momentos significativos para a economia do país, os jornais autoafirmaram sua importância, ao tentar desvendar os fatos desse campo específico do conhecimento e aproximá-los da compreensão dos leigos. O jornalista dessa área passou, então, a atuar voltado para atender a um leitor “consumidor-espectador-cidadão”, inserido em um novo contexto da cultura do consumo.

Não foi apenas uma mudança para servir o leitor, com notícias mais didáticas e graficamente mais atraentes do que no passado, mas uma estratégia de adaptação da imprensa a uma necessidade de sobrevivência no mercado. Como empresas, os jornais passaram a investir em estratégias de *marketing* — uma área que também começou a ganhar espaço no meio empresarial brasileiro nos anos 1980 — para conquistar mais leitores em um período de guerra contra a concorrência entre os próprios periódicos e a televisão.

Verifica-se que, na luta contra a inflação que tomou conta do país nas duas últimas décadas do século XX, a esfera econômica ganhou a centralidade das páginas dos jornais e o mercado de imprensa teve de se adaptar, passar por um processo de reconfiguração, no qual os jornais (proprietários e direção) repensaram suas estratégias empresariais. Nesse contexto, um

dos caminhos adotados foi a popularização dos periódicos, a afirmação de um movimento de aproximação com os leitores. Isso se deu de forma perceptível na editoria de economia com a mudança de sua linguagem.

A outra dimensão da reconfiguração do jornalismo de economia, no final do século XX, foi, sobretudo, política. A imprensa se posicionou na cobertura dos pacotes econômicos e acabou atuando como importante agente político nesse processo. Essa característica pôde ser observada em pelo menos três momentos emblemáticos do período estudado.

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

Outro momento emblemático desse papel político adotado pelo jornalismo de economia foi o contexto do primeiro presidente eleito após a redemocratização do país. A maneira como a imprensa lidou com temas tão difíceis com o Plano Collor, com potencial de grande rejeição, como o confisco da poupança, ajudou a criar um clima de estabilidade no país. O

confisco era um fator de inquietação e ela teve uma função de apaziguamento nesse episódio, como citamos.

A imprensa teve um papel importante na trajetória de ascensão e queda de Collor. Ele foi o único candidato que conseguiu o apoio unânime da grande imprensa brasileira em favor de sua candidatura à presidência e foi também o único presidente que, em pouco mais de dois anos de governo, perdeu o mandato sob a pressão impositiva dos mesmos veículos de comunicação que sustentaram sua ascensão ao poder. Foi, igualmente, o único destituído do cargo por um processo de *impeachment*, conduzido pelo Congresso Nacional.

O terceiro momento emblemático da atuação política do jornalismo de economia foi o período de gestação e lançamento do Plano Real. A imprensa ajudou a transformar esse acontecimento econômico em um fato político, com a identificação direta desse plano com o, na época, “futuro” presidente Fernando Henrique Cardoso.

Para que a população depositasse confiança em mais um pacote econômico, o oitavo após a redemocratização, o governo teve um cuidado redobrado no trabalho de comunicação sobre as mudanças que seriam implementadas na elaboração do Plano Real. FHC, como ministro da Fazenda, e a equipe econômica do governo Itamar Franco buscaram, como estratégia de construção da credibilidade do novo pacote, a comunicação antecipada das medidas para a sociedade.

Os veículos de comunicação contribuíram para a construção da credibilidade do Plano Real, na medida em que divulgaram amplamente os discursos das fontes oficiais e apoiaram

o pacote em seus textos opinativos. Contribuiu sobremaneira para essa credibilidade, também, o fato (e a divulgação do fato pela imprensa) de que a aplicação desse plano iniciou um processo de aumento da capacidade de consumo da população.

A pauta do jornalismo de economia também se ampliou em tempos de estabilização. Alguns temas passaram a ser abordados pela editoria dessa área: combate à pobreza, natureza da desigualdade, desafios da educação. A análise dos jornais mostra que, controlado o dragão inflacionário, com o Plano Real, o jornalismo de economia passou a cobrir as mudanças em tempos de previsibilidade e buscou novos assuntos para a pauta, inclusive os citados temas sociais.

Ao analisar a composição do jornalismo de economia e sua forma de apresentar a notícia nos episódios dos pacotes econômicos, verifica-se também o papel desempenhado pelos economistas nesse contexto. Eles são as principais fontes de informação e de análise que alimentam permanentemente essa editoria.

O acirramento do processo inflacionário, ao longo dos anos 1980, foi um alibi importante para que as decisões econômicas não fossem discutidas e negociadas de forma aberta e ampla, envolvendo uma pluralidade de grupos organizados na arena política. Com a justificativa, teoricamente construída, utilizada até hoje, de que os agentes econômicos agem estrategicamente, antecipando medidas e neutralizando os resultados das políticas governamentais, quando conhecem previamente seus conteúdos, as decisões acabam sendo tomadas por um grupo mínimo de indivíduos. São eles que detêm com

exclusividade as informações mais importantes, como se fossem segredos de guerra.

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

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

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

A frequência com que esses especialistas apareceram no noticiário de economia demonstra uma baixa diversidade de fontes da área ouvidas pelos jornalistas. Outra evidência a

respeito de tais fontes principais, constantemente ouvidas, é a de que, quase sempre, as matérias não contextualizavam sua trajetória e não explicitavam a que grupos de pensamento econômico estavam ligadas.

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

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

Os jornalistas de economia, por outro lado, ajudaram a reforçar sua importância, ao assumirem, como função fundamental de sua prática, a legitimação do discurso de valorização do mercado, em detrimento do poder do Estado. Na década de 1990, a imprensa atuou de forma importante na campanha neoliberal pelo desmonte do Estado social-democrata e pelo processo de naturalização da ideologia da globalização. Aliados ao *marketing* e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios

de comunicação, desde então e até hoje, desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia liberal de mercado e no encorajamento dos valores do consumo.

Nessa trajetória, tanto o Brasil, quanto o jornalismo de economia se “reinventaram” no final do século XX. O país reconfigurou sua economia, por meio dos pacotes de estabilização, e a editoria dessa área, sua forma de apresentar a notícia e de desenvolver sua cobertura. Esse subcampo acompanhou e registrou notícias sobre um país que, de certa forma, foi sendo “reinventado” nos discursos do governo sobre os pacotes econômicos. José Sarney fez isso no lançamento do Plano Cruzado, como o primeiro da “Nova República” que se iniciava, rompendo simbolicamente com a ditadura militar que, a partir de então, passava a representar o passado.

Fernando Collor, com o seu “Brasil Novo”, tentou marcar seu primeiro dia de governo como um momento de renovação da economia, com um pacote que confiscou a poupança de milhares de brasileiros a um só golpe. Depois de tantas tentativas fracassadas, foi elaborado o Plano Real, cujo discurso de credibilidade foi construído pelo governo — com aproveitamento político por parte de Fernando Henrique — por meio da antecipação e explicação sobre as medidas para a população. A estratégia discursiva se centrava na afirmação de que aquela vez seria diferente das anteriores. Não haveria congelamentos de preços nem confisco da poupança e a população seria avisada antecipadamente sobre as medidas.

O discurso do governo no Plano Real, mais uma vez, foi de instauração de uma “nova” fase para o país. A moeda,

vendida como “forte e permanente”, também apresentou uma renovada forma de a população conviver com uma economia mais estável, com uma inflação relativamente controlada. Com isso, reinventou-se, no país, por sua vez, o consumo e o consumidor, que antes desse plano estavam reprimidos por índices inflacionários assustadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fontes primárias

JORNAIS DIÁRIOS

Folha de S. Paulo

28 de fevereiro de 1986 e as edições do mês de março de 1986; (Plano Cruzado); junho de 1987 (Bresser), janeiro de 1989 (Verão I), maio de 1989 (Verão II), março de 1990 (Collor I), janeiro de 1991 (Collor II); agosto de 1993 (Transição para o Real); julho de 1994 (Plano Real) e janeiro de 1999 (crise do Plano Real).

O Globo

28 de fevereiro de 1986 e as edições do mês de março de 1986 (Plano Cruzado); junho de 1987 (Bresser), janeiro de 1989 (Verão I), maio de 1989 (Verão II), março de 1990 (Collor I), janeiro de 1991 (Collor II); agosto de 1993 (Transição para o Real); julho de 1994 (Plano Real) e janeiro de 1999 (crise do Plano Real).

ENTREVISTAS COM JORNALISTAS

ANDRADE, Evandro Carlos de. *O Globo: independência na ordem*. In: ABREU, Alzira A., LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC/FGV*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p.14-67. Entrevista concedida a Alzira Alves Abreu e Fernando Lattman-Weltman Rio de Janeiro, 29 out. 1997.

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

BIONDI, Aloysio Biondi. *A bola da vez são os EUA*. Entrevista concedida à revista *Caros Amigos* em outubro de 1998. Disponível em:<http://carosamigos.terra.com.br/outro_edicoes/grandes_entrevistas.asp>. Acesso em: 12 out. 2003.

CARDONA, Ismar. In: *Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços*. São Paulo: Ícone, 2005. p. 283-288. Entrevista a José Venâncio de Resende.

FIBE, Lillian Witte. In: ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora. *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 228-247. Entrevista a Alzira Alves de Abreu. Rio de Janeiro, 9 abr. 1997 (atualizada em maio 2005).

FILHO, Roberto Muller. *Gazeta Mercantil: jornalismo econômico em sala*. In: ABREU, Alzira A., LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC/FGV*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003. p. 212-287. Entrevista a Alzira Alvez Abreu em 27 ago. e 28 set. 2002.

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

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

PADRÃO, Ana Paula. In: MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. p. 226.

SALES, Gabriel. In: *Construtores do jornalismo econômico: da co-tação do boi ao congelamento de preços*. São Paulo: Ícone, 2005. p. 394. Entrevista a José Venâncio de Resende.

SARDENBERG, Carlos. Palestra *A transição no jornalismo econômico*. 24 nov. 1995. Disponível em: <<http://www.bancobrasil.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp>>. Acesso em: 1º maio 2004.

SARDENBERG, Carlos. *Palestra Muitas mídias, a mesma notícia*. 24 nov. 2008, auditório da Rede Gazeta de Comunicação, Vitória-ES.

TAVEJNHANSKY, Léo. In: *Jornalismo na prática: a arte de informar*. Artigo publicado no site da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). 29 jul. 2005. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556>>. Acesso em: 27 jan. 2007. Entrevista a Rodrigo Caixeta.

ENTREVISTAS COM PROPRIETÁRIO DE MEIO DE COMUNICAÇÃO

FILHO, Otavio Frias. *Folha de S.Paulo: ambiguidade e inovação*. In: ABREU, Alzira A., LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC/FGV*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 344-384.

FILHO, Otavio Frias. *Otávio Frias Filho, 50*. In: *Imprensa*, set. 2007, Ano 21, revista n. 227, p. 20-24. Entrevista concedida a Pedro Venceslau.

Fontes secundárias

ABREU, Alzira A. de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Uma instituição ausente nos estudos de transição: a mídia brasileira. In: ABREU, Alzira A. de (Org.). *A democratização no Brasil: atores e contextos*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 67-101.

ABREU, Alzira A. de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC/FGV*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. 397p.

ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora. *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 280p.

ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. (col. Descobrimdo o Brasil).

ABREU, Alzira Alves de. Jornalismo cidadão. In: *Estudos Históricos, mídia*, v. 1, n. 31, 2003a, p. 1-17. Disponível em: <www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/339.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2007.

ABREU, Alzira Alves de. *Jornalistas e editorias de economia*. Trabalho apresentado no 10º Encontro Anual da Compós. Brasília, 29 a 1º jun. 2001, Grupo de Trabalhos Estudos de Jornalismo. Disponível em: <www.facom.ufba.br/pos/compos_gtjornalismo/home_2001.htm>. Acesso em: 25 de setembro de 2003.

ABREU, Alzira Alves de. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, Alzira A. de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. *Mídia e Política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. 183p.

ALONSO, José Antônio Martínez. *Dicionário de História do mundo contemporâneo*. Espírito Santo: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES), 2000. 446p.

ANDERSON, Perry. *As origens da pós-modernidade*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999. 168p.

ARAÚJO, Sílvia. *A partir da inflação*. In: BOA, Sérgio Vilas (Org.). *Formação e Informação Econômica: jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus, 2006. p.13-31.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. v. 2. São Paulo: Ática, 1990^a. 253p.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. v. 1. São Paulo: Ática S.A., 1990. 445p.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *O que a história pode legar aos estudos de jornalismo*. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa de Jornalismo do V Encontro do Núcleo de Pesquisa do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom e Uerj. 5 a 9 set. 2005.

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil (1900-2000)*. Rio de Janeiro: Maud X, 2007. 263p.

BARBOSA, Marialva. O acontecimento contemporâneo e a questão da ruptura. *Semiosfera* — revista de Comunicação e Cultura, Ano 2, n. 1, maio de 2002. Disponível em: <<http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera02/organizacao/frsoc1.htm>>. Acesso em: 8 ago. 2007.

BARBOSA, Marialva. *Os donos do Rio: imprensa, poder e público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. 257p.

BASILE, Sidnei. *Elementos do jornalismo econômico*. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 240p.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. 145p.

BECK, Ulrich. *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage Publications, 1992. 260p.

BERNSTEIN, Peter L. *Desafio aos deuses: a fascinante história do risco*. São Paulo: Campus, 1997. 389 p.

BIRD, S. Elizabeth; DARDENE, Robert W. “Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias”. In: Traquina, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1993. p. 263-277.

BOURDIEU, Pierre. Campo do poder, campo intelectual e habitus de classe. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1999. p. 183-202.

BOURDIEU, Pierre. *O campo econômico: a dimensão simbólica da dominação*. Tradução de Roberto Leal Ferreira e organização de Daniel Lins. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2000. 119p.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*, seguido de *A influência do jornalismo* e *Os Jogos Olímpicos*. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. 144p.

CAFEO, Reinaldo Cesar. *Jornalismo econômico: análise dos editoriais da Folha de São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Unesp/Bauru, São Paulo, 2002. 143p.

CAIXETA, Rodrigo. *Jornalismo na prática: a arte de informar*. Artigo publicado no site da Associação Brasileira de Imprensa em 29 jul. 2005, 8p. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556>>. Acesso em: 27 jan. 2007.

CALDAS, Suely. *Jornalismo econômico*. São Paulo: Contexto, 2003. 136 p.

CAMPBELL, Richard. “60 minutes and the news: a mythology for Middle America”. Urbana & Chicago: Univ. of Illinois Press, 1991. 278p. Introd., cap. 1, p. 15-29, p. 1-24. Tradução para o português de M. T. G. F. de Albuquerque. Rev. técn. de A. de Albuquerque.

CANCLINI, Néstor García. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras Ltda., 2003. 223 p.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conceitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. 290 p.

CARDOSO, Fernando Henrique. *A arte da política: a história que vivi*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. 700 p.

CAREY, James W. “Why and how: the dark continent of American Journalism”. In: MANOFF, Robert; SCHUDSON, Michel. *Reading the news*. New York: Patheon Books, 1987. p. 146-196.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 240 p.

CARVALHO, Patrícia Maurício. *O jornalismo econômico em jornal no Rio de Janeiro*. 2001. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFRJ, Rio de Janeiro, 2001.

CARVALHO, Samantha V. C. B. R. *Internacionalização da mídia brasileira: a trajetória da Gazeta Mercantil*. 2001. 381 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Umesp, São Bernardo do Campo, São Paulo: 2001.

CHEVITARESE, L.; PEDRO, R. Risco, poder e tecnologia: as virtualidades de uma subjetividade pós-humana. In: Seminário Internacional de Inclusão Social e as perspectivas pós-estruturalistas de análise social. *Anais...* Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2005, 27p.

CHOMSKY, Noam. *O lucro ou as pessoas: neoliberalismo e ordem global*. 5. ed. Tradução de Pedro Jorgensen Jr. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006. 192 p.

COLOMBO, Fausto. *Os arquivos imperfeitos: memória social e cultura eletrônica*. São Paulo: Perspectiva, 1991, 135 p.

COSTA, Antonio Luiz Monteiro Coelho da. 450 anos de exclusão. In: *Carta Capital* 275, ano 10, 28 jan. 2004. Publicado em: <<http://www.cartacapital.com.br>>. Capturado em: 28 jan. 2004.

DHBB – Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro. Centro de Pesquisa e Histórica Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/>>. Acesso em: 15 out. 2008.

DIMAS FILHO, Nélon. *Jornal do Commercio: a notícia dia a dia – 1827-1987*. Rio de Janeiro: Jornal do Commercio, 1987. 360 p.

DINES, Alberto. *100 anos de “Eu Acuso” no ano da crítica*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd200198a.htm>>. Acesso em: 13 out. 2008.

DINES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. 7. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2001. 157 p.

DINIZ, Leila. O jornalismo multimídia de Miriam Leitão. In: *Observatório da Imprensa*, ISSN 1519-7670, Ano 12, n. 447, 21 ago. 2007.

DOUGLAS, Mary. *“Risk and blame: essays in cultural theory”*. London: Routledge, 1992. 323 p.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83, p. 269-279.

ESPÓSITO, Maurício Pontes. *A reestruturação do setor elétrico brasileiro na visão do jornalismo econômico*. 2000. 104 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – USP. São Paulo, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989. 2.128 p.

FILGUEIRAS, Luiz. *História do Plano Real*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000. 294 p.

FIORI, J. L.; TAVARES, M. da C. Introdução. In: TAVARES, M.C. e FIORI, J. L. *Desajuste global e modernização conservadora*. São Paulo: Paz e Terra, 1993. p. 17-20.

FOLHA DE S. PAULO - Manual da Redação. 5. ed. São Paulo: Publifolha, 2002.

FOLHA DE S. PAULO - Manual Geral da Redação. *Folha de S. Paulo*, 1984. 94 p.

FOLHA DE S.PAULO. *Tudo sobre a Folha*. Caderno Especial. São Paulo, 19 fev. 2001. 32 p.

FORTES, Rafael. *A torcida “precisa e imparcial”*: Istoé, Veja e o Plano Cruzado. 2004. 221 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFF, Niterói, Rio de Janeiro, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*: aula inaugural no Collège de France. Pronunciada em 2 dez. 1970. São Paulo: Loyola, 2001. 80 p.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: o nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 2005. 288 p.

FRANÇA, Vera. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: UFMG, 1998. 259 p.

FRANK, Thomas. Nação da triangulação: o jornalismo na era dos mercados. In: FRANK, Thomas. *Deus no céu e o mercado na terra: capitalismo, populismo de mercado e o fim da democracia econômica*. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2004. p. 367-404.

FREITAS, Ananias José de. *O eclipse da política, o mercado e a cobertura jornalística no Brasil: uma análise da cobertura dos três primeiros meses do segundo governo FHC*. 2001. 181 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – UFRJ, Rio de Janeiro, 2001.

GALBRAITH, John Kenneth. *O novo Estado industrial*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967. 324 p.

GANS, Herbert J. “*Deciding what’s news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*”. New York: Pantheon books, 1979. cap.4, p.116-146, 393 p. Tradução de MTGF de Albuquerque. Rev. técn. de Denis de Moraes; A. de Albuquerque

GARCIA, Luiz (Org.). *O Globo: manual de Redação e Estilo*. Rio de Janeiro: Globo, 1996.

GIDDENS, Antony. “Risk society: the context of British politics”. In: FRANKLIN, J. (Ed.). *The politics of risk society*. Cambridge: Polity, 1998. p. 23-34.

GILLIS, John R. (Ed.). *Commemorations: the politics of national identity*. 2. ed. Princeton University Press, 1996. p. 3-57.

GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. 7. ed. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. 244p.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990. 189 p.

HOOD, C. C. et al. “Risk management”. In: T. R. Society (Ed.). *Risk: analysis, perception and management*. London: The Royal Society, 1992. p. 89-134.

HUYSSSEN, Andréas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. 117 p.

IANNI, Octávio. *A ideia de Brasil Moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1992. 180 p.

IANNI, Octavio. Globalização, guerra e revolução. In: *Capitalismo, violência e terrorismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p. 13-36

IANNI, Octavio. Neoliberalismo. In: *Capitalismo, violência e terrorismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p. 311-327.

KUCINSKI, Bernardo. A mídia de FHC e o fim da razão. In: LES-BAUPIN, Ivo (Org.). *O desmonte da nação: balanço do Governo FHC*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 181-199.

KUCINSKI, Bernardo. *O fim da ditadura militar*. São Paulo: Contexto, 2001. 143 p.

KUCINSKI, Bernardo. O Jornalismo econômico e os paradoxos da economia: elementos para o exercício crítico do jornalismo econômico. 1995. 138 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – USP, São Paulo, 1995.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo econômico*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000. 227 p.

LACHINI, Cláudio. *Anábase: história da Gazeta Mercantil*. São Paulo: Lazuli, 2000. 332p.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando; RAMOS, Plínio de Abreu; CARNEIRO, José Alan Dias. *A imprensa faz e desfaz um presidente*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994. 166 p.

LE GOFF, Jacques. *Memória e história*. São Paulo: Unicamp, 1990. p. 203-225.

LEITÃO, Miriam et al. *Ciro Gomes – no país dos conflitos*. Local: Revan, 1994. 166 p.

LEITÃO, Miriam et al. ACM: Política é paixão (entrevista). Rio de Janeiro: Revan, 1995.

LENE, Hérica. *A crise da Gazeta Mercantil: tradição e ruptura no jornalismo econômico brasileiro*. 2004. 255 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFF, Niterói, Rio de Janeiro, 2004.

LIMA, Raymundo de. Para entender o pós-modernismo. *Revista Espaço Acadêmico*, n. 35, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/035/35eraylima.htm>>. Acesso em: 7 jul. 2005.

LOBATO, Elvira. *Instituto de Repórter*. São Paulo: Publifolha, 2005. 288 p.

LOPES, Omar Barreto. *Fatos e números: valores-notícias, quantidade e o poder das fontes no jornalismo econômico*. 2002. 211 f. 2 v. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – USP, São Paulo, 2002.

LOUREIRO, Maria Rita. *Os economistas no governo: gestão econômica e democracia*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997. 216 p.

LUHMANN, Niklas. *Risk: a sociological theory*. New York: Aldine de Gruyter, 1993. 236 p.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 5. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998. 131 p.

MANUAL DE ELABORAÇÃO E NORMALIZAÇÃO DE DISSERTAÇÕES E TESES. UFRJ/Sistema de Bibliotecas e Informação (SBI) – série Manual de Procedimentos, n. 5, 3. ed. revisada, atualizada e ampliada. Rio de Janeiro, 2004. 98 p.

MARANHÃO, Aluizio. *Primeiras páginas: 80 anos de história nas manchetes do Globo*. Rio de Janeiro: Infloglobo Comunicações, 2005. 228 p.

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.). *Discurso fundador*. 2. ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001. p. 31-42.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. 372 p.

MARTINS, Delcimar Pires. *Decifrando as informações do mercado financeiro: estudo de uso dos indicadores publicados na Gazeta Mercantil*. 2000. 170 f. 3 v. Dissertação (Mestrado em Administração) – PUC-SP, São Paulo, 2000.

MAZZEO, Antonio Carlos. *Burguesia e capitalismo no Brasil*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1995. 83 p.

MCCHESENEY, R. W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Dênis. (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro - São Paulo: Record, 2003. p. 217-242.

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, “*Produtividade no Brasil: A Chave do Desenvolvimento Acelerado*”. Adaptado por Miriam Leitão. São Paulo: Campos, 2000. 262 p.

MEAD, G. H. “The nature of aesthetic experience”. In: *International Journal of Ethics*, 1925-1926, p. 36.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes. 1985, 168 p.

MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. 408 p.

MENDONÇA, Kátia Marly Leite. *A salvação pelo espetáculo: mito do herói e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Topbooks Editora e Distribuidora de Livros, 2002. 332 p.

MENDONÇA, Sônia Regina de; FONTES, Virgínia Maria. *História do Brasil Recente: 1964-1992*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1994. 110p.

MÍDIA DADOS 2005. São Paulo: Grupo Mídia São Paulo.

MORAES, Denis de. Mutações Comunicacionais na era digital. In: *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, v. 3, n. 2, p.77-93, dez. 2001a.

MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro - São Paulo: Record, 2003, p. 187-216.

MORAIS, Rubens Damasceno. *O eminente discurso da queda iminente: o telejornalismo econômico em foco*. 2005. 145 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – UnB, Brasília, 2005.

MORAES, Denis de. *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. 149 p.

MOREIRA, Breno Lima. *Mídia, economia e governo: o enquadramento da economia no Jornal Nacional no primeiro governo Lula*. 2007. 170 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UnB, Brasília, 2007.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. 380p.

NASSIF, Luís. *O cruzado: por dentro do choque*. São Paulo: Livraria Cultura Editoria, coleção Fonte de Informação, 1986. 255 p.

NASSIF, Luís. *O jornalismo dos anos 90*. São Paulo: Futura, 2003. 308 p.

NASSIF, Luís. O jornalismo econômico. Artigo publicado no jornal *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 17 set. 2003.

NASSIF, Luís. *Os cabeças-de-planilha: como o pensamento econômico da Era FHC repetiu os equívocos de Rui Barbosa*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007. 317 p.

NETO, Geneton Moraes. *Dossiê Brasília: os segredos dos presidentes*. Rio de Janeiro: Globo, 2005. 268 p.

NETO, José de Souza. *O discurso econômico nos telejornais: a crise financeira de 1998 e a reeleição presidencial*. 2002. 170 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Unesp/Araraquara, São Paulo, 2002.

NEVES, Lucília de Almeida. *Democracia, república e cidadania hoje. Análise e Conjuntura*, Belo Horizonte, v. 4, n. 2-3, p. 339-347, maio/dez. 1989.

NEVES, Lucília de Almeida. *Cidadania: dilemas e perspectivas na República brasileira*. *Tempo*, Rio de Janeiro, v. 4, p. 80-112, 1997.

NOBREGA, Ayres Charles de Oliveira. *Traduzindo o economês: metáforas da inflação em textos de jornalismo econômico*. 2007. 204 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – UFRN, Natal, 2007.

O GLOBO – 70 anos de história. Rio de Janeiro: Gráfica e Editora Danúbio, 1995. 152 p.

O GLOBO. *Globo 80 – Economia. Caderno Especial*. Rio de Janeiro, 24 set. 2005. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/jornal/especiais/80anosed05/>>. Acesso em: 16 jul. 2006.

ORTEGA, Felix; HUMANES, Maria Luisa. *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Barcelona (Espanha): Ariel, 2000.

PABLOS, José Manuel de. “Siempre há habido infografía”. In: *Revista Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna (Tenerife), mayo 1998, n. 5, ISSN: 1138-5820. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1215216>>. Acesso em: 24 jun. 2007.

PARK, Eun Yung. *Valor Econômico: a mudança no estado de arte do jornalismo econômico*. 2002. 197 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – USP, São Paulo, 2002.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG – *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1976. p. 168-185.

PELTZER, Gonzalo. *Periodismo Iconográfico*. Madrid: Ediciones Rialp, 1991. 240 p.

PEREIRA, Fábio Henrique. *De Gramsci a Ianni: condições histórico-estruturais para a emergência do “intelectual jornalista”*. Artigo apresentado durante o II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SPBJor), em Salvador-BA, nov. 2004, e publicado na Biblioteca On-line das Ciências da Comunicação, p. 1-8. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 9 jun. 2007.

PEREIRA, Luís Carlos Bresser. Do Estado patrimonial ao gerencial. In: SACHS, Ignacy; WILHEIM, Jorge; PINHEIRO, Paulo Sérgio (Orgs.). *Brasil: um século de transformações*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 222-259.

PEREIRA, Luís Carlos Bresser. Seis interpretações sobre o Brasil. In: *Dados*, Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, 25, 1982.

PERROT, Michelle. “La cause du peuple”. In: *Vingtième siècle*, n. 60, p. 4-13, out./dez. 1998.

PINTO, Céli Regina Jardim. *Com a palavra o senhor presidente José Sarney: o discurso do Plano Cruzado*. São Paulo: Hucitec, 1989. 193 p.

PINTO, Milton José. *Comunicação & discurso: introdução à análise de discursos*. São Paulo: Hacker Editores, 1999. 128 p.

POLLAK, Michel. Memória, esquecimento, silêncio. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1989. p. 3-15.

POULET, Bernard. À gauche de La gauche. In: *Le Débat*, n. 103, p. 39-59, jan./fev. 1999.

PRADO, Maria Clara R. M. do. *Real história do Real: uma radiografia da moeda que mudou o Brasil*. Rio de Janeiro: Record, 2005. 573 p.

PRIMEIRA PÁGINA FOLHA DE SÃO PAULO – Uma viagem pela história do Brasil e do mundo nas 216 mais importantes capas da Folha desde 1921. 5. ed. São Paulo: Publifolha, 2000. 233 p.

PROST, Antoine. “Changer le siècle”. In: *Vingtième Siècle*, n. 60, p. 14-26, out./dez. 1998.

QUINTÃO, Aylê-Salassiê Figueiras. *O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964*. Rio de Janeiro: Agir, 1987. 213 p.

RABELO, Ricardo Fonseca. *Mundialização, neoliberalismo e discurso jornalístico: uma análise do jornalismo econômico*. 2002. 230 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – UFRJ, Rio de Janeiro, 2002.

RAMADAN, Nancy Nuyen Ali. *Jornalismo econômico de prestação de serviços e instituições financeiras: uma revisão necessária*. 1995. 67 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – USP, São Paulo, 1995.

RANGEL, Ignácio. *A inflação brasileira*. Tempo Brasileiro, 138 p.

REIS FILHO, Daniel Aarão. *Ditadura militar, esquerdas e sociedade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002 (Coleção Descobrimdo o Brasil). 84 p.

RENAULT, David. *O discurso antecipatório no jornalismo econômico*. 1997. 100 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UnB, Brasília, 1997.

RENN, O. “Three decades of risk research: accomplishments and new challenges”. *Journal of Risk Research*, v. 1, p. 49-71, 1998.

RESENDE, a José Venâncio de. *Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços*. São Paulo: Ícone, 2005. 416 p.

REVISTA IMPRENSA. Descentralizar informação. In: Especial II Troféu Dia da Imprensa. Ano 20, n. 225, jul. 2007, p. 60.

RIBAS, Sílvio. Consumo e consumismo. In: BOA, Sérgio Vilas (Org.). *Formação & Informação Econômica: jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus, 2006. p. 67-84.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Carlos; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de altas visibilidades*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003. p. 87-111.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007. 362 p.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. 2000. 335 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – UFRJ, Rio de Janeiro: 2000.

RIBEIRO, Eduardo; PASCHOAL, Engel. *Jornalistas brasileiros: quem é quem no jornalismo de economia*. São Paulo: Mega Brasil e Call Comunicações, 2005. 456 p.

RICHARDSON, Roberto Jarry (e colaboradores). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 336 p.

RODRIGUES, Andréia dos Santos. *Um retrato do Mercosul*. 2000. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – USP, São Paulo, 2000.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999. 192 p.

SABINO, Fernando. *Zélia uma paixão*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 1991. 272 p.

SANDRONI, Paulo. *Dicionário de economia do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2005. 905p.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação & pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2002. 216 p.

SARDENBERG, Carlos Alberto. *Aventura e agonia: nos bastidores do Plano Cruzado*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 363 p.

SARDENBERG, Carlos. *A transição no jornalismo econômico*. Palestra proferida em 24 de novembro de 1995 e publicada no site <<http://www.bancobrasil.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp>>. Acesso em: 1º maio 2004.

SARDENBERG, Carlos. Jornalismo econômico, o aprendizado da estabilidade. In: *Dossiê Ecos de Lisboa*, resultado das apresentações do 3º Congresso Internacional do Jornalismo de Língua Portuguesa, realizado em Lisboa, entre 21 e 24 de abril de 1997, publicado no site do Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/cadernos/do0506b.htm>>. Acesso em: 15 mar. 2005.

SARDENBERG, Carlos. *Muitas mídias, a mesma notícia*. Palestra realizada no dia 24 de novembro de 2008 no auditório da Rede Gazeta de Comunicação, Vitória-ES.

SARLO, Beatriz. A voz universal que toma partido? In: *Paisagens imaginárias: intelectuais, arte e meios de comunicação*. São Paulo: Edusp, 1997. p. 158-168.

SCAVONE, Lúcia; BELLONI, Maria Luiza; GARBAYO, Cléa Sarmiento. *A dimensão política da comunicação de massa: um estudo exploratório do caso brasileiro*. Rio de Janeiro: FGV, 1975.

SCHMITT, Valdenise. *A infografia jornalística na ciência e na tecnologia: um experimento com estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina*. 2006. 104 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

SCHUCH, Hélio A. Jornalismo e ambiente econômico competitivo. In: XX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. *Anais...* Santos, SP: Intercom - Sociedade Brasileira dos Estudos Interdisciplinares da Comunicação em Santos, 1997. 8 p.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the News: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978. p. 3-11, p. 121-159.

SENNET, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006. 192 p.

SERRA, Joseph María. “La irrupción del infografismo en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna (Tenerife), n. 11, nov. 1998. Disponível em: <<http://www.lazarillo.com/latina/a/10Ainfo9.htm>>. Acesso em: 13 out. 2005.

SERRANO, Estrela. *Jornalismo e elites do poder*. Publicado na Biblioteca *On-Line* de Ciências da Comunicação, 1999. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-jornalismo-elites-poder.html>>. Acesso em: 14 out. 2003.

SETTI, Ricardo. O dia em que Sarney derrubou a inflação. In: *Revista Playboy*, jun. 1996. Disponível em <http://www.geocities.com/reportagens/cruzado.htm>. Acesso em: 13 jan. 2003.

SILVA, Rosane Torres da. *O Mercosul selecionado: a Gazeta Mercantil Latino-americana e o processo de consolidação do Mercado Comum do Sul*. 2001. 120 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – UFRGS, Rio Grande do Sul, 2001.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002. 302 p.

SIMONSEN, M.H. *A experiência inflacionária no Brasil*. Rio de Janeiro: Ipês/GB, 1964. 112 p.

SINGER, Paul. *A crise do milagre: interpretação crítica da economia brasileira*. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. 107 p.

SINGER, Paul. Evolução da economia e vinculação internacional. In: *Brasil: um século de transformações*. Ignacy Sachs, Jorge Wilhelm e Paulo Sérgio Pinheiro (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p.78-131.

SKIDMORE, Thomas E. *Brasil: de Getúlio a Castelo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 512 p.

SKIDMORE, Thomas E. *Inflação: gradualismo X tratamento de choque*. Rio de Janeiro: APEC, 1970. 215 p.

SKIDMORE, Thomas E. *Uma história do Brasil*. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003. 356 p.

SKIDMORE, Thomas E. Ascensão e declínio do choque heterodoxo. In: A tragédia do Cruzado, *Folha de S. Paulo*, São Paulo, p. 234-238, 1986.

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002. 216 p.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002. 268 p.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobárbarie. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 21-41.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. 501 p.

SPERRY, S. L. “Television News as narrative”. In: ADLER, R. *Understand Television: essays on television as a social and cultural force*. New York: Praeger, 1981.

SPINK, Mary Jane P. Trópicos do discurso sobre risco: risco-aventura como metáfora da modernidade tardia. In: *Caderno de Saúde Pública*, 2001. v. 17, p. 1277-1311.

SPINK, Mary Jane P.; MEDRADO, Benedito; MELLO, Ricardo P. Perigo, probabilidade e oportunidade: a linguagem dos riscos na mídia. In: *Psicologia Reflexiva Crítica*, 2002. v. 15, p. 151-164.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. 230 p.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 261 p.

TOLEDO, Paulo Roberto. *Jornalismo Econômico: a construção da notícia e suas influências*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Unesp/Bauru, São Paulo, 2003. 2 v. 212 p.

TORQUATO, Gaudêncio. *Tratado de comunicação organizacional e política*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. 303 p.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. v. 1. Florianópolis: Insular, 2004. 223 p.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. 3. ed., v. 43 da coleção Novas Buscas em Comunicação. São Paulo: Summus Editorial, 1993. 114 p.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nélson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1993, p. 74-90.

UNGARETTI, Wladymir Netto Ungaretti. *Contribuição ao estudo das relações entre empresariado e ambientalismo através de uma análise de conteúdo do Jornal Gazeta Mercantil*. 1996. 164 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996.

VASCONCELOS, Frederico. *Anatomia da reportagem: como investigar empresas, governos e tribunais*. São Paulo: Publifolha, 2008. 151 p.

VAZ, Paulo. Corpo e risco. In: VILLAÇA, N. G.; KOSOVSKI, E. (Org.). *Que corpo é esse?* Rio de Janeiro: Novas Perspectivas, 1999. p. 159-175.

VILELA, Angélica. Jornal descobre o leitor de baixa renda. In: *Futuro da Comunicação, relatório publicado como encarte da Gazeta Mercantil*, São Paulo, p. 31, 7 fev. 2002.

WEBER, Max. *Ensaio de Sociologia*. Traduzido, editado e com uma introdução de H.H.Gerth e C. Wright Mills (publicado em 1946 pela Oxford University Press). 5. ed. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1982. 325 p.

ZELIZER, Barbie. “Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory”. In: *Introduction: narrative, collective memory and journalistic authority*. Traduzido para o português por MTGF de Albuquerque. Rev. técn. de A. de Albuquerque. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992. cap. 1, p. 1-13. 299 p.

FONTES HTML

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS (ANJ). Dados de circulação dos maiores jornais do Brasil. Disponível em: <http://www.anj.org.br/>. Acesso em: 2 jul. 2007.

BIONDI, Aloysio. Entrevista concedida à revista *Caros Amigos*. São Paulo, out. 1998. Disponível em: http://carosamigos.terra.com.br/outro_edicoes/grandes_entrevistas.asp. Acesso em: 12 out. 2003.

PRESIDENTES DO BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/>>. Acesso em: 1º out. 2008.

LUÍS NASSIF FALA DE SUA DESPEDIDA DA FOLHA E DA NOVA FASE NA CARREIRA. Matéria do site Comunique-se, 14 ago. 2006. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/>>. Acesso em: 10 out. 2006.

FERNANDO COLLOR DE MELLO É ELEITO SENADOR POR ALAGOAS. Matéria do jornal *O Globo*, 1º out. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1294127-6285-23,00.html>>. Acesso em: 26 mar. 2008.

GALERIA DE MINISTROS DO MINISTÉRIO DA FAZENDA. Disponível em: <www.fazenda.gov.br>. Acesso em: 1º out. 2008.

PERFIL DE JOELMIR BETING. Disponível no site oficial do jornalista Joelmir Beting: <<http://www.joelmirbeting.com.br/>>. Acesso em: 19 out. 2006.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (PNAD 2002). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/10102003pnad2002html.shtm>>. Acesso em: 27 fev. 2007.

PROJETO EDITORIAL 1985-1986 DA *FOLHA*. São Paulo, jul. 1985. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/>>. Acesso em: 30 set. 2005.

PROJETO EDITORIAL 1988-1989 DA *FOLHA*. São Paulo, ago. 1988. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/>>. Acesso em: 30 set. 2005.

REFORMA GRÁFICA DA *FOLHA* 2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/cadernos_diarios.shtml>. Acesso em: 10 out. 2006.

REIS, Julia. *Mulheres ocupam apenas 18% dos cargos de chefia no Brasil, diz pesquisa*. Matéria de 5 ago. 2005. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/infopessoal/noticias/_HOME_OUTRAS_368965.shtml>. Acesso em: 27 fev. 2007.

RIBEIRO, Eduardo. *Novo tabu quebrado pelas mulheres*. Disponível em: [Comunique-se \(www.comunique-se.com.br\)](http://www.comunique-se.com.br), 6 abr. 2005. Acesso em: 1º mar. 2007.



Esta obra foi composta nas fontes Minion Pro e Avenir,
formato 14 x 21cm, mancha de 10 x 17,8 cm.

A impressão se fez sobre papel Polén 80g e
capa em Supremo 250g, impresso por Gráfica e Editora Copiart
no ano de 2013