

O Discurso Científico de Fontes como Estratégia Comunicacional no Noticiário Econômico

Paula PULITI¹

RESUMO

O jornalismo é um campo legitimado pela ideia de que a democracia é um regime político superior. Dentro da ideia que serviu para legitimá-lo, cabe aos jornalistas fornecer aos cidadãos diferentes visões políticas, promovendo o debate de ideias necessário para o desempenho de suas responsabilidades cívicas. O ethos da profissão é o de trabalhar com a verdade, de forma neutra, imparcial e objetiva. O estudo do noticiário econômico escrito revela que a produção de conteúdo não promove tal debate: predomina o discurso de representantes dos interesses das finanças globais. Este artigo busca mostrar que a estratégia de apropriação de um discurso racional-científico por agentes do mercado financeiro como estratégia de comunicação com os jornalistas foi bem sucedida a ponto de inclusive neutralizar os aspectos ideológicos que movem esse grupo de interesse (financistas). A narrativa técnico-científica não comporta versões e preenche os requisitos de neutralidade, imparcialidade e objetividade tão caros aos jornalistas. Mas discursos encerram projetos de poder e precisam ser questionados em nome do bom jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo econômico; Jornalismo brasileiro; Estudo de fontes

INTRODUÇÃO

O leitor habitual das páginas de economia dos jornais brasileiros testemunhou uma importante mudança no conteúdo do noticiário anos atrás, que determinou o que ainda hoje se lê sobre o assunto. Trata-se de uma mudança da qual os mais jovens não são testemunhas e talvez não sejam capazes de identificar, mas que precisa ser igualmente demonstrada não apenas como contribuição aos estudos do jornalismo, mas também aos próprios profissionais de imprensa interessados em compreender o processo de produção do conteúdo noticioso econômico (PULITI, 2009).

Tal mudança teve início no fim dos anos 1980 e se consolidou na chamada era FHC (Fernando Henrique Cardoso, 1995-2002). Nesse período, as tradicionais fontes representantes do setor privado, ou seja, o empresariado nacional, sobretudo o paulista, foram colocadas em segundo plano pelos jornalistas, como resultado da ascensão de uma nova categoria de fontes, os financistas (representantes do sistema financeiro e de toda uma gama de consultorias que gravita a seu redor), cuja narrativa se fundamentara em discurso racional-científico. Os profissionais da notícia passaram a considerar ideológica a fala de empresários, enquanto os financistas incorporariam o que mais de mais moderno haveria no que tange à economia. Naquele momento, com o fim do regime militar, o Brasil

¹ Doutora em Ciências da Comunicação e Artes pela USP, tem mestrado em história internacional pela London Political Science. pulitipaula@hotmail.com

também tentava se modernizar.

Esses financistas tornaram-se responsáveis pela geração de conteúdos cada vez mais técnicos no noticiário, porém de difícil compreensão para o leitor comum. O “economês”, aquela linguagem só para iniciados que ainda se pratica nos jornais, estabelece processos comunicacionais a partir de termos como superávit primário, déficit nominal, curva de juros, transações correntes, contratos de câmbio, ações, derivativos, títulos públicos, dívida pública, CDBs e CDIs, só para citar alguns exemplos, isso quando não se fala em swap cambial reverso?!. Abordagens relacionadas ao cotidiano dos cidadãos, como relações trabalhistas, direitos do consumidor e o trabalho das agências reguladoras, por exemplo, passaram então a ser considerados assuntos de segunda linha. Inflação e nível de emprego ainda continuam na ordem do dia nos jornais, mas tratados no contexto dos temas de interesse dos financistas (o Banco Central vai elevar juros?) (PULITI, 2009).

Note-se que isso é problema até para os próprios jornais. A informação econômica é, a todos, fundamental para a tomada de decisão tanto em níveis individuais quanto coletivos. Mas a especificidade dos temas e a forma como são abordados fazem com que a maioria dos leitores (que, diga-se, diminui ano a ano) descarte as páginas ou cadernos de economia dos jornais simplesmente porque não vê relação com seus cotidianos. (PULITI, 2009:28)

É correto relacionar a mudança no perfil do noticiário à redemocratização do País, iniciada em meados dos anos 1980 após vinte anos de regime

militar. Os governos considerados mais modernos (Fernando Collor de Mello e Fernando Henrique Cardoso) - porque seguiam os preceitos que as grandes instituições e escolas pregavam como modernos: estados pequenos em contraposição a estados grandes - buscaram inserir o Brasil no contexto econômico de liquidez internacional e, para isso, tiveram de adotar modelos preconizados pelas grandes potências e a alta banca internacional, representadas pelo Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial, entre outros. Tais mudanças nas políticas econômicas obviamente repercutiriam na academia - com a proliferação de escolas de economia - e no conteúdo noticioso. De forma alguma nos interessa julgar se os modelos adotados foram positivos ou negativos para o País. O que se busca é compreender a eficiente estratégia de comunicação dos financistas, capaz de lhes conferir credibilidade e aceitação tamanhas que até hoje se perpetuam, apesar da crise global iniciada em 2008 nos Estados Unidos por irresponsabilidades do próprio sistema financeiro, que até hoje têm efeitos (desemprego nos EUA, crise na Europa e desaceleração dos emergentes).

Pressupõe-se que para influenciar a contento políticos, governo e sociedade, uma classe econômica que almeja substituir outra no campo dominante precisa construir, primeiramente, uma rede de apoio além dela própria que lhe dê credibilidade. Essa rede é formada basicamente pela academia e pela imprensa. Tratando exclusivamente do jornalismo, sabe-se que é peça-chave na construção de consensos. É uma das principais, se não a principal, organizadora e distribuidora de discursos para a sociedade, não importa por qual mídia. Como a imprensa é socialmente legi-

timada pelas bases democráticas que a sustentam há séculos, acaba por definir as agendas das cidades, dos países e do mundo, num processo conhecido como agenda setting (KOVACK; ROSENSTIEL, 2004).

O pressuposto é que o jornalista tem o poder do reconhecimento da notícia e de projetá-la para além de sua própria circunscrição, bem como legitimar perante a sociedade as fontes de informação (ALDÉ; XAVIER; CHAGAS, 2005). E por ter o monopólio de saber o que é notícia, é disputado por partidos, governos, sindicatos, empresários, banqueiros, movimentos sociais, organizações e outras instâncias da sociedade civil que buscam espaço para se manifestar e legitimar.

Não se pode dizer, portanto, que estar no noticiário é um percurso natural para grupos de interesse. Trata-se de um caminho estrategicamente construído, muitas vezes sem que o próprio jornalista se dê conta dos interesses que movem fontes confiáveis e de boa reputação. Pode-se dizer que na luta para ocupar o espaço de fontes e interesses do setor empresarial na imprensa, a vitoriosa estratégia do setor financeiro teve então como base a adoção de um discurso diferenciado, baseado na cientificidade dos pressupostos econômicos contemporâneos, de livre mercado e livre concorrência, na contramão da retórica empresarial protecionista.

Como forma de contribuir com a crítica da produção de conteúdos noticiosos, este artigo busca mostrar que a racionalidade discursiva, aparentemente neutra, promove um grupo no noticiário, cuja postura é a de ser o único detentor do saber econômico. Há

jornalistas que se dão conta de que a linguagem científica é persuasiva e, portanto, um instrumento estratégico de comunicação: a ciência não admite versões; nem questionamentos. Outros, não. Como resultado, o conteúdo noticioso passou a ser um mero relatório do economês que a fonte-cientista fala. Ora, a neutralidade política presente no discurso racional-científico das fontes do mercado financeiro, repleto de números e gráficos, também embute a defesa de uma ideologia – a ortodoxia econômica, outrora conhecida como neoliberalismo.

DISCURSO RACIONAL COMO ... ELEMENTO DE PERSUASÃO

Como doutrina, o neoliberalismo é um corpo de regras que defende o livre mercado acima de outros interesses. Para que o mercado esteja no controle da vida pública, é necessário que o Estado esteja ausente, algo que se consegue com privatizações, desregulamentações e rígido controle fiscal (RAMONET, 1995). Para banqueiros, executivos de empresas, economistas e acadêmicos alinhados com a visão de mundo neoliberal, ela é a única capaz de promover crescimento econômico sustentável e distribuição da renda, colocando fim às desigualdades sociais. O modelo neoliberal se qualifica discursivamente como racional, neutro e abrangente, sem influências políticas e partidárias. A base da doutrina retoma ideias de que valores centrais da civilização, como a dignidade humana, também seriam naturalmente organizados pela “mão livre do mercado”, que Adam Smith (1723-1790) propunha no fim do Século XVIII dentro do conceito de Economia Política. Para o neoliberalismo, qualquer forma de intervenção do Estado ameaçaria

esses valores de liberdade (GODBOUT, 1998).

O modelo neoliberal, agora chamado ortodoxo, apresenta-se socialmente a partir de um discurso de bases racionais, afirmado a partir de modelos estatístico-matemáticos: o estado é ineficiente, improdutivo, gastador e corrupto. No campo das ideias neoliberais são intocáveis o ajuste fiscal duro, o juro real elevado, a política monetária contracionista, o câmbio flutuante e, sobretudo, a livre movimentação de capitais. Livre das amarras do Estado, o setor privado seria capaz de responder às curvas de oferta e demanda, torna-se mais produtivo, eficiente, mais atento às necessidades e à vontade do consumidor, geraria desenvolvimento e distribuição de renda.

No entanto, para que um modelo de desenvolvimento canalizado a partir do interesse das altas finanças consiga ser adotado e aceito, é preciso que seus defensores consigam influir tanto na política econômica governamental quanto na opinião pública, que ainda vê no Estado o único indutor de desenvolvimento - ainda que nunca se tenha alcançado tal façanha no Brasil. E a imprensa goza de credibilidade.

No processo histórico, a construção da economia como ciência exata, e não mais como social (a economia política), teve início no século XIX, quando ganhou o enfoque mais matemático, axiomático e valorizador do cálculo, dentro da ideologia moderna de que aquilo que em virtude do cálculo é demonstrável, organizável e previsível não exige a caução de nenhuma autoridade para ser dado como verdadeiro e universalmente válido (LEBARON, 2000; GORZ, 1988). E foi justamente a forma dita moderna de se pensar o

mundo que impulsionou a formação de um discurso científico, desatrelando a economia de seu conteúdo social (POLANYI, 1980:26).

Mais recentemente, nos anos 1950, a fé no poder do livre mercado de resolver todos os desequilíbrios fora retomada (na forma de um novo liberalismo) como o centro das ideologias das grandes corporações e dos banqueiros norte-americanos, uma elite econômica que se consolidou com a recuperação da economia dos Estados Unidos após a crise de 1929 (GRUN, 2005). Mas para se tornarem amplamente aceitas, as ideias neoliberais precisaram de um ciclo de apoio bem maior. Precisaram da imprensa e de acadêmicos, que difundiram essas ideias a todas as classes de políticos, funcionários públicos, trabalhadores e estudantes (LEBARON, 2000; ORTIZ, 2006). Ao assumir o discurso da “modernidade” a imprensa, uma instituição democrática, legitimada por defender o interesse popular, ser imparcial, neutra e objetiva, acaba também por legitimar o setor cujas ideias incorpora, no caso o financeiro. O que o jornalismo veicula tem impacto direto na forma como o mundo é visto e entendido (GRUN, 2005).

Esse mesmo processo ocorreu no Brasil a partir do final dos anos 1980. A retórica científica, sempre de neutralidade político-social, fez com que a corporação dos economistas se sentisse convicta de que é portadora de uma ciência capaz de ensinar a governos, empresários e trabalhadores como devem se comportar para obter, respectivamente, a boa governança estatal, empresarial e o máximo bem-estar da sociedade (NETTO, 2008). Quando se procura questionar a crença na ciência econômica, percebe-se que

a ortodoxia atual - já não se chama neoliberalismo - é provavelmente um dos discursos mais potentes a respeito do mundo social, “pelo fato, notadamente, de que a formalização matemática lhe confere as aparências ostentatórias do rigor e da neutralidade” (BOURDIEU, 2005:54). Os repórteres preferem ligar o gravador a debater uma linguagem que não compreendem.

O desafio da imprensa, que tem padrões éticos e democráticos, é construção de uma sociedade saudável e plural, que só se consegue com equilíbrio de interesses (HA-JOON, 2009). Mas uma fonte que ouse criticar o modelo econômico predominante é estigmatizada por seus pares como retrógrada e obsoleta (BATISTA, 1994:8). Ora, os profissionais da imprensa vêem os empresários como “chorões e antiquados”, enquanto os (economistas ou engenheiros, físicos, matemáticos do mercado financeiro...) financistas de bancos e consultorias, com interesse em lucro e bônus, são modernos e apolíticos.

Em termos morais, a doutrina neoliberal apresenta-se embalada por um aparato conceitual retórico de respeito no trato à coisa pública, na necessidade de transparência, austeridade e gestão fiscal responsável. Também são elementos discursivos de forte apelo social e moral, principalmente em sociedades marcadas pela corrupção do poder público, como as latino-americanas. Dentro dos princípios de fiscalizar governos, a imprensa não poderia dar as costas a uma doutrina econômica que soa moralmente tão correta. Mas há sempre os críticos: por mais científico que o aparato conceitual possa parecer, não existem doutrinas econômicas técnicas ou neutras. Mas sim a

defesa de interesses (DUPAS, 2005; HARVEY, 2007; ORTIZ, 2006).

O fato é que o discurso racional fez com que os financistas se tornassem os primary definers (HALL, 1973 In: TRAQUINA, 2004:177/178). Eles geram os dados e os fatos que irão suprir as necessidades dos jornalistas. Os primary definers sabem oferecer material para notícias de acordo com o perfil de cada veículo de comunicação. Assessorados por profissionais (PULITI, 2009:191), sabem inclusive que a rotina jornalística, sistematicamente pressionada pelo relógio, exige fatos novos todos os dias. E disponibilidade para falar, o que faz parte do treinamento.

Em termos práticos, agora sim, a rotina se dá da seguinte forma: os financistas abastecem diariamente os jornalistas com estudos de cunho técnico, recheados de números, gráficos e projeções, sempre seguidos de comentários e interpretações. Esses estudos servem de pauta para matérias. Daí a proliferação e a valorização pela imprensa de temas “mágicos” entoados diariamente: déficit fiscal, superávit primário, valor de mercado, risco-país, ações, colocação de títulos, leilões de dólares, produção industrial, indicadores antecedentes, curva de juros, rentabilidade, mercado e mais uma infinidade de termos do economês (PULITI, 2009).

Sem qualquer medo de errar, pode-se dizer que os Departamentos de Economia dos bancos, das corretoras e das consultorias foram as principais vias de distribuição de trabalhos e análises para as redações. Esses departamentos são altamente produtivos e oferecem aos jornalistas levantamentos exclusivos sobre

temas da economia. Os departamentos de economia foram criados para atender a clientes dos bancos, consultorias e corretoras que necessitam de informações econômicas para planejar as atividades produtivas e financeiras de suas empresas. Pagam caro por elas. Praticamente, todas as instituições financeiras têm departamentos de pesquisas e estudos econômicos. A estratégia comunicacional desses departamentos é tornar suas equipes de economistas inteiramente dispostas a atender aos jornalistas, provocando-os com o envio diário desses relatórios. O objetivo mais amplo do contato é construir espaço nos jornais, já que os relatórios vêm sempre acompanhados pelo nome e o telefone da mesa do economista que o elaborou, facilitando o acesso e ajudando na construção de laços com os economistas. Tornou-se cômodo para os jornalistas receber essas informações (PULITI, 2009).

Por conta dos constrangimentos de horário, o telefone é o contato privilegiado entre jornalista e fontes, conseguindo reduzir em até 80% do trabalho de apuração do repórter (MORETZSOHN, 2002). E os economistas de bancos atendem aos jornalistas nos fins de semana, nos plantões de feriados e até tarde da noite. Criam-se relações de confiança e de simpatia às vezes muito difíceis de ignorar, tornando o jornalista ligado a um número pequeno de fontes, impedindo o tão necessário debate de ideias pela imprensa.

A CRÍTICA À RACIONALIDADE.....

Há tempos existe toda uma linha de reflexão crítica ao pensamento único econômico (outro nome para o neoliberalismo - agora otodoxia) e à racionalidade técnica da economia que os relaciona muito mais

a aspectos de dominação do que à defesa de valores ligados à liberdade. Discussões essas que a produção jornalística parece ignorar. Lebaron (2000) e Gorz (2003) afirmam que a economia, por ser protagonizada pelo homem, é, na verdade, muito mais uma ciência social do que exata, apesar de se autodenominar como tal. E a sua estreita ligação com o social tira dela a suposta objetividade que a racionalidade científica dos economistas quer lhe atribuir, deixando-a suscetível às condições sociais de sua aplicação.

Já em 1947, Adorno e Horkheimer apontaram a racionalidade técnica como a racionalidade da dominação. Para eles, a razão é mais totalitária do que qualquer sistema. Marcuse disse que a racionalidade técnica e a razão instrumental reduziram o discurso e o pensamento a uma dimensão única, anulando o espaço do pensamento crítico e tornando a razão instrumental ditatorial e totalitária. Marcuse, Adorno e Horkheimer compartilharam da visão de que todo o potencial emancipatório pregado pela ciência estaria voltado para a reprodução do sistema de dominação e sujeição. A razão, defenderam eles, comporta-se em relação às coisas como um ditador em relação aos homens. Na mesma linha, Habermas classifica a técnica e a ciência como ideologia. Os problemas políticos são reduzidos a seu aspecto técnico, derivado de uma administração racional (MATTELART e MATTELART, 2004).

A racionalização da sociedade constrói a ideologia de mito e aplica todos os poderes técnicos da racionalização a serviço desse mito. Assim, a visão de um só aspecto das coisas (rendimento, eficácia), a explicação em função de um fator único (o econômico

ou o político), a crença que os males da humanidade são devidos a uma só causa e a um só tipo de agente, constituem outras tantas formas de racionalização. O princípio da razão que emergiu no século XVIII aparece não só como força de emancipação ocidental, mas também como princípio, justificando a subjugação operada por uma economia, uma sociedade, uma civilização sobre outras (MORIN, 1982:205).

HISTÓRIA.....

Nos anos 1970, quando aconteceu o “milagre econômico” brasileiro sob o comando do regime militar, havia basicamente três tipos de fontes regulares do noticiário econômico. As autoridades, sobretudo o primeiro escalão dos governos, predominavam. O segundo bloco de fontes do noticiário de economia eram os empresários. Imbuídos do espírito oficial, rasgavam elogios à política econômica do governo e tinham na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) seu principal representante. Um terceiro e menos numeroso bloco eram os economistas. Havia algum espaço para os que contestavam a política econômica e a má distribuição de renda (PULITI, 2009:191). Entre eles estavam Celso Furtado, o principal crítico da política econômica do regime militar, Luiz Carlos Bresser-Pereira, José Serra, Eduardo Suplicy e João Sayad, todos ligados à academia. Não havia, na época, nenhum economista de banco entre as fontes regulares dos jornais, até por razões óbvias: o governo não admitiria críticas por parte dos banqueiros. O banco mais crítico ao regime poderia sofrer retaliações.

Paradoxalmente, a ditadura censurava obstinadamente o noticiário político, abrindo espaço para a formação de jornalistas mais voltados ao periodismo econômico. As crises do petróleo da segunda metade dos anos 1970 levaram o milagre econômico a cambealar e ao aumento do endividamento externo do Brasil, ao mesmo tempo em que a inflação começou a crescer extraordinariamente. Em 1980, 1981, os Estados Unidos elevaram os juros e a questão da dívida ficou insustentável. Na década de 1980, quando começou a redemocratização no Brasil, o noticiário político voltou a crescer, mas já havia o problema da inflação e da dívida externa, que asseguraram espaço às notícias econômicas. Em 1982, México e Brasil declararam moratória da dívida externa. O capital internacional se tornou escasso e caro para os países da periferia. No Brasil, a moratória postergou projetos de investimentos e colocou o País em um estado de estagnação econômica. As decorrentes negociações das dívidas com o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), para obtenção de novos empréstimos, pressionaram os governos, forçando a movimentação das economias em direção à liberalização das restrições aos fluxos de capital e de mercadorias e serviços (BAUMANN In: LACERDA, 2000), seguindo o receituário do Consenso de Washington. Essas instituições exigiam aumento de impostos, desvalorização de moedas e redução de gastos governamentais – o que permitiria aos governos pagar suas dívidas.

O jornalismo não passaria ao largo das mudanças monetárias do período 1970-1980. As crises

externas, o esvaziamento forçado dos assuntos de política e a inflação em alta acabaram por tornar a economia o núcleo temático do noticiário a partir de meados dos anos 1970. Para as elites empresariais e financeiras, dentro de um cenário de alto risco, a informação econômica tornou-se mais relevante para a tomada de decisões (KUCINSKI, 1996:14). Para o leitor não-especializado, o jornalismo econômico assumiu a função de explicar os impactos dos juros altos e da inflação sobre aluguéis, salários, emprego e prestações. Foram criadas, com grande ênfase, seções do tipo “Seu Dinheiro”, voltadas para a classe média que sonhava com a casa própria e começava a fazer aplicações financeiras.

Diante das mudanças estruturais em curso, as direções dos jornais começaram a achar os economistas acadêmicos exageradamente teóricos. Os jornalistas queriam informações de pessoas mais envolvidas com o cotidiano do nascente mercado financeiro. Nesse período, uma série de instituições financeiras não-bancárias ganhou corpo, como as corretoras e as distribuidoras de títulos e valores mobiliários, as DTVM. Além disso, com as confusões criadas por planos econômicos complicados, com tabelas, tablitais, conversores, redutores e impostos extraordinários, os jornais precisavam de fontes para explicar tudo isso. Foi assim, para dar conta de novas exigências do jornalismo econômico, que os economistas de bancos passaram a aparecer no noticiário.

De início, fontes do mercado financeiro entraram no noticiário prioritariamente para falar de instrumentos de aplicações financeiras contra a corrosão inflacionária. Com o Plano Real lançado em 1994, du-

rante o governo Itamar Franco e sob o comando de Fernando Henrique Cardoso na Fazenda, aquele tipo de jornalismo de serviço financeiro entrou em declínio com a redução da inflação. Uma vez controlados os preços, o noticiário passou a enfatizar aspectos mais ideológicos do neoliberalismo, como mudanças nas políticas monetária e fiscal, corpo de supostas estratégias de desenvolvimento e fundamentais à entrada de investimento estrangeiro. Naquele momento, o apoio da imprensa seria fundamental para legitimar questões ideológicas, como a redução do papel do Estado na economia, com privatizações, abertura comercial, financeira, juros altos e câmbio flutuante.

A tecnologia avançava mundialmente, permitindo a integração global das bolsas de valores, enquanto as aplicações financeiras se sofisticaram com os derivativos. A obtenção de ganhos no mercado financeiro passou a ser muito maior do que com a atividade produtiva, e muitas grandes empresas deixaram de investir em suas atividades para aplicar no mercado financeiro. O noticiário concentrou-se em comportamento de bolsa, dólar e juros, enquanto as notícias de negócios passaram de estratégias empresariais para a divulgação dos lucros das empresas de capital aberto negociadas em bolsa, de forma que os novos acionistas dessas empresas pudessem acompanhar seus investimentos (PULITI,2009:191).

O discurso de modernidade neoliberal foi cabalmente absorvido por substancial parcela das elites políticas, empresariais e intelectuais da América Latina. No Brasil, com 82% de seus professores formados nos Estados Unidos, foi a PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro) que se

transformou em um dos centros intelectuais do neoliberalismo globalizado, dentro de um movimento preparatório para a inserção do País no receituário do Consenso de Washington, efetivado com o Plano Real, de 1994 (LOUREIRO, 1997), que previa reformas, privatizações, corte das contas públicas e abertura à entrada de bens, serviços e capitais estrangeiros no País.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Ao se render ao discurso da TINA (There is no alternative), que sustenta o modelo ortodoxo como o único capaz de promover o desenvolvimento social tão necessário ao País, a imprensa tem ao mesmo tempo falhado em promover o debate de ideias que a sustenta historicamente como instituição democrática. Atualmente, quem lê jornal pode achar que o desempenho fiscal do governo é o único assunto que realmente importa aos cidadãos brasileiros. É importante, claro. Mas há muito mais. Repetindo: há os direitos do consumidor, as questões relativas à ineficiência de serviços de utilidade pública privatizados, usurpação moral e financeira dos planos de saúde, só para citar alguns.

Quanto difunde sistematicamente fatos e temas econômicos pelas vozes de economistas do mercado financeiro, banqueiros, consultores, ex-ministros e ex-diretores do Banco Central, todos porta-vozes das altas finanças, a imprensa revela um modelo não-plural de fazer jornalismo.

Ora, cumprir a função de socializar discursos

exige uma postura crítica em relação aos discursos captados, de forma a considerar a apropriação ideológica que setores interessados no espectro sócio-político-econômico fazem do discurso científico. O profissional de imprensa precisa colocar esses discursos em perspectiva, interpretando-os de forma a relacioná-los com os interesses que representam.

Falta a boa parte da cobertura da grande imprensa visão de que se está lidando com processos politicamente determinados, produtos não do curso natural da evolução, mas de estratégias e decisões humanas. Há decisões políticas apoiadas, determinadas e legitimadas pela ortodoxia – supostamente neutra, apolítica e objetiva - da economia.

O que se vê é uma postura de subordinação da imprensa em relação aos primary definers (que também inclui o governo): quando o jornalista conversa com um financista ele se depara com um tom sacerdotal, que pode fazê-lo sentir-se intimidado em pedir explicações mais aprofundadas sobre o que se está dizendo. Ora, para ser um bom jornalista de economia não é preciso entrar no mundo “sagrado” do economês. Basta ser bom jornalista: saber questionar, perguntar, exigir explicações compreensíveis a todos e chamar à realidade social uma fonte que está em um universo fechado.

É preciso, sempre, alertar estudantes e jovens jornalistas sobre a incessante defesa de interesses presente no discurso das fontes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDÉ, A. et al. Critérios Jornalísticos de Noticiabilidade: discurso ético e rotina produtiva. Revista Alceu, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, págs. 186-200, janeiro/junho de 2005.

ARAÚJO, A. A Escola do Rio: fundamentos políticos da nova economia brasileira. São Paulo: Editora Alfa Ômega, 1998.

BOURDIEU, P. O Campo Econômico. Política e Sociedade, Florianópolis, v. 1, n. 6, págs. 15-57, abr 2005.

DUPAS, G. Atores e Poderes na Nova Ordem Global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação. São Paulo: Editora Unesp, 2005. 319p.

GODBOUT, J. L. Introdução à Dádiva. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 13, n. 38, págs. 39-52, out 1998.

GORZ, A. Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica. São Paulo: Annablume, 2003.

GRÜN, R. Convergência das Elites e Inovações Financeiras: a governança corporativa no Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 20, n.58, págs. 139-161, jun 2005.

HA-JOON, C. Brasil se Atrasa por Vontade Própria, avalia economista. Folha de S. Paulo, São Paulo, 19 de janeiro de 2009. Caderno Brasil, página 16.

HARVEY, D. A Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

KOVACK, B.; ROSENSTIEL, T. Os Elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004. 302p.

KUCINSKI, B. Jornalismo Econômico. São Paulo: Edusp, 1996. 240p

LACERDA, A. C. (Org.). Desnacionalização: mitos, riscos e desafios. São Paulo: Contexto, 2000.

LEBARON, F. La Croyance Économique: les économistes entre science et politique. Paris: Editions Du Seuil, 2000.

LOUREIRO, M. R. Os Economistas no Governo: gestão econômica e democracia. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1997.

MATTELART, A. e MATTELART, M. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola,

2004.

MORETZSOHN, S. Jornalismo em "Tempo Real": o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORIN, E. Ciência com Consciência. Lisboa: Europa-América, 1982.

NETTO, A. D. O progresso da Teoria. Revista Carta Capital. São Paulo, 21 de novembro de 2008, página 39.

ORTIZ, R. Mundialização: saberes e crenças. São Paulo: Brasiliense, 2006.

POLANYI, K. A Grande Transformação: as origens da nossa época. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1980.

PULITI, P. 2009. A Financeirização no Noticiário Econômico (1989-2002). São Paulo, SP. Tese de Doutorado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 314 págs.

RAMONET, I. O Pensamento Único e os Novos Senhores do Mundo. Cultura Brasileira, acessado em http://www.culturabrasil.org/pensamentounico_ramonet.htm/.

TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são (Volume I). Florianópolis: Editora Insular, 2004.