



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA

**NÚMEROS E SERVIÇOS AO PÚBLICO**  
**UMA ANÁLISE DA EDITORIA DE ECONOMIA DO JORNAL DE**  
**BRASÍLIA**

**NÚBIA DE SOUZA GAMA**  
**RA 2031455/0**

**Brasília, Junho de 2007**

**NÚBIA DE SOUZA GAMA**

**NÚMEROS E SERVIÇOS AO PÚBLICO**  
**UMA ANÁLISE DA EDITORIA DE ECONOMIA DO JORNAL DE**  
**BRASÍLIA**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília, orientado pelo professor Luiz Cláudio Ferreira.

**Brasília, Junho de 2007**

Núbia de Souza Gama

**Números e serviços ao público**  
**Uma análise da editoria de economia do Jornal de Brasília**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

**Banca Examinadora**  
**Brasília, junho de 2007**

---

Prof. Luiz Cláudio Ferreira  
Orientador

---

Prof. Cláudia Busato  
Examinador

---

Prof. Ênio Vieira  
Examinador

## DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho, em primeiro lugar a Jeová Deus, que sempre me deu forças para conquistar meus objetivos.

À minha família, que em todos os momentos me apoiaram e investiram em minha educação.

À Minha querida mãe Lisoni Nunes de Souza que sempre está presente em todos os momentos de minha vida.

Ao meu querido professor e orientador Luiz Cláudio Ferreira que me apoiou, me incentivou e ajudou na elaboração deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar a Jeová Deus, que sempre me protegeu e me abençoou nas minhas atividades, lutas e conquistas.

Aos meus queridos pais, Anélio da Silva Gama e Lisoni Nunes de Souza que sempre estão do meu lado.

Ao meu orientador Professor Luiz Cláudio Ferreira, que durante toda etapa desse trabalho me acompanhou me orientando com seu espírito amigo e solidário. Obrigada por tudo e por ser uma pessoa tão especial.

Ao meu noivo Charles Silva, pela paciência e colaboração em mais essa etapa da minha vida.

Ao editor do caderno de economia do Jornal de Brasília, pela compreensão e disponibilidade de tempo por contribuir com informações contidas nesse trabalho.

*O fato ainda não acabou de acontecer  
e já a mão nervosa do repórter  
o transforma em notícia.  
O marido está matando a mulher.  
A mulher ensangüentada grita.  
Ladrões arrombam o cofre.  
A polícia dissolve o meeting.  
A pena escreve.*

Carlos Drummond de Andrade

## **RESUMO**

O presente trabalho propõe-se a abordar as características do trabalho dos jornalistas de economia e de como seu papel é serviço à opinião pública. O objetivo é demonstrar a existência de uma linguagem própria dentro dessa editoria, utilizando como objeto edições de um periódico considerado popular, Jornal de Brasília. Assim, analisar como o veículo passa as informações econômicas de forma compreensível para o público. O conteúdo compreende o recolhimento e análise de um mês do jornal impresso durante o período de 15 de fevereiro a 15 de março de 2007. A pesquisa também contém entrevistas, pesquisas documentais e bibliográficas.

**Palavras-chave: Análise da linguagem. Economia. Jornalismo.**

## **ABSTRACT**

The present work considers to approach it the characteristics of the work of the journalists of economy and of as its paper is service to the public opinion. The objective is to inside demonstrate the existence of a proper language of this editoria, using as object editions of periodic considered a popular one, the Periodical of Brasilia. Thus, to analyze as the vehicle passes the economic information of understandable form for the public. The content understands the collect and analysis of one month of the periodical printed matter during the period of 15 of February the 15 of March of 2007. The research also contains interviews, documentary and bibliographical research.

.

**Key word: Analysis of the language. Economy. Journalism.**

## SUMÁRIO

<b>RESUMO.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>LISTA DE QUADROS.....</b>	<b>x</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Método.....</b>	<b>3</b>
<b>2. JORNALISMO E ECONOMIA.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 O economês e a vida real.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 O valor da economia.....</b>	<b>8</b>
<b>3. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 O espaço da economia no Jornal de Brasília.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 O tamanho da informação - A informação jornalística e a linguagem utilizada.....</b>	<b>18</b>
<b>4. CONCLUSÃO.....</b>	<b>21</b>
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>23</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>24</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>27</b>

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 3. 1: Assuntos diários do jornais analisados.....</b>	<b>12</b>
<b>Quadro 3. 2: Assuntos diários do jornais analisados.....</b>	<b>12</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 3. 1: A quantidade em porcentagem os espaços usados pelo jornal de Brasília referente a imagem .....</b>	<b>14</b>
<b>Gráfico 3. 2: A quantidade de matérias microeconômicas e macroeconômicas ...</b>	<b>15</b>
<b>Gráfico 3. 3: A especificação do espaço utilizado no jornal sobre a microeconomia,.....</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico 3. 4 : Infra - estrutura .....</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico 3. 5: Negócios .....</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico 3. 6: Finanças .....</b>	<b>17</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O que cada um de nós quer saber sobre a ciência que estuda os processos de produção, distribuição, comercialização e consumo de bens e serviços? Como e por que tudo está relacionado? Será que o jornalismo tem contribuído para diminuir as dúvidas nessa área?

O mundo gira em torno da economia, a qual envolve todos os aspectos diários da vida de um cidadão, seja para crescimento da vida social (investimento na bolsa de valores) ou na simples vida de uma dona de casa que está sempre preocupada com os preços dos alimentos.

Para um cidadão entender sobre economia, faz-se necessário que os meios de comunicação (jornal, revista, TV, rádio, Internet) transmitam as notícias de uma forma clara e objetiva. Por ser um assunto amplo, talvez seja difícil até para os próprios jornalistas traduzir para a população determinados subitens, mas o que dificulta muitas vezes esse trabalho é o fato dos assuntos de economia ser nebulosos ainda para a maioria das pessoas.

Vendo que a matéria contida em um jornal não tem uma escrita compreensível, percebe-se que a maioria da população não se interessa pelo assunto. No jornalismo econômico, criou-se o mito de que economia é um assunto complexo, de elite.

Este trabalho investiga, particularmente, como o Jornal de Brasília, um veículo de comunicação considerado popular da capital federal, se as notícias são de fato de interesse do seu público leitor ou se são travestidas de vocabulário incompreensível. A pesquisa atua com uma amostragem de 22 edições do referido veículo, analisando quantitativamente e qualitativamente também.

O jornalismo econômico deveria ser um serviço prestado para sociedade, sendo que essa a função deveria ser vista de uma maneira compreensiva e agradável por todos, que estariam atualizados sobre os acontecimentos. Dessa forma, vigora o pensamento de que economia é um bicho-de-sete-cabeças.

Para a população, não seria necessário um caderno só de economia, mas esse assunto é indispensável em um meio de comunicação, desenvolvido com temas de interesse e que está relacionado diariamente com as atividades das pessoas. Um

caderno ou um jornal que aborde só economia exige que existam profissionais que estudem, trabalhem e compreendam todos os aspectos econômicos.

A informação tem a função de conferir valor, significados do mundo. A maioria das pessoas não compreende como é abordado e desenvolvido o mercado financeiro, por exemplo. Não é simples e parece não haver interesse da maioria sobre esse assunto. Temas como política, esportes e cultura costumam ser os mais lidos nos jornais, segundo pesquisa de vários veículos.

O jornalismo produzido com seriedade é um ponto positivo para o crescimento de uma instituição. É perceptível, de acordo com o que foi apurado neste trabalho, que uma breve leitura nos cadernos de economia dos atuais jornais está concentrada em apenas uma parte da sociedade. Assuntos como moradia, estudo, saúde, e toda infeliz realidade da sociedade estão bem perto de todos nós, tem sua raiz na economia.

É recomendável pelos próprios chefes de redação que para a cobertura da área econômica tenham repórteres especializados na qual se precisa sempre saber para quem ele está escrevendo, seja qual for o meio de comunicação, deve transmitir a informação de maneira que o leitor compreenda.

É preciso que tanto os profissionais em economia, como os jornalistas, reflitam sobre as necessidades do leitor, ouvinte ou telespectador em entender as políticas econômicas de seu país. Perceberam então, que era necessário fazer um trabalho mais dedicado para explicar o conteúdo para o público.

Uma das características na qual houve mudança na economia foi a linguagem, as expressões usadas no jornalismo econômico passaram a serem conhecidas como “economês”; como se de fato, fosse um outro dialeto incompreensível. Fazer uma cobertura didática é uma das formas de ganhar credibilidade do público, audiência, interesse e respeito pelo veículo de comunicação.

Segundo o autor Bernardo Kucinski (em seu livro: jornalismo econômico, São Paulo, 1996), um dos problemas centrais do jornalista dedicado à economia é a precariedade das teorias econômicas, a falta de conhecimento dos repórteres impede tanto que suas idéias sejam coerentes, como classificar de uma maneira melhor os termos a serem utilizados nos textos.

Devida à falta de especialização dos profissionais em determinadas áreas, seus empregos vem sendo substituídos, por exemplo, por economistas que tem um maior conhecimento sobre o assunto.

## **1.1 Método**

A proposta deste trabalho é desenvolver uma pesquisa para investigar como se caracteriza o trabalho dos repórteres de jornalismo econômico e sua credibilidade. O conteúdo compreende o recolhimento de um mês (15 de fevereiro a 15 de março de 2007) dos jornais Jornal de Brasília impresso. A pesquisa feita se deu por meio de entrevistas, pesquisas documentais e bibliográficas.

O recolhimento dos vinte e dois jornais de Brasília impresso foi o principal suporte para analisar e elaborar o presente material desenvolvido, sendo que este procedimento juntamente com a pesquisa bibliográfica e entrevista foram os objetos necessários e importantes para desenvolvimento e resultado do mesmo.

A coleta do material utilizado no presente trabalho se deu através de informações telefônicas de como conseguir os jornais impressos a serem analisados, e visita no arquivo do jornal de Brasília, onde foi necessária a compra de cada exemplar a ser analisado. Quanto à entrevista, foram enviados alguns e-mails para o Editor do caderno de economia do Jornal de Brasília assim como as perguntas necessárias para complemento e concretização do trabalho, como profissional da área Ricardo Nobre assim contribuiu e também troca de informações por telefone foram realizadas no período de uma semana. Quanto aos livros pesquisados esses foram retirados da biblioteca João Herculino durante todo o semestre.

Para atingir os objetivos deste trabalho, o estudo se baseou na metodologia da Análise de Conteúdo no intuito de identificar os elementos discursivos entre os materiais pesquisados que estão presentes no jornalismo econômico. Para que seja possível a análise e discussão a respeito da confiabilidade da notícia, o presente estudo se apoiou nas teorias e escolas surgidas nos anos de 1960 e vertentes mais recentes. Os principais autores dessa linha que serviram como referências foi Laurence Bardin.

O objetivo é concretizar a existência das fontes e a linguagem utilizada nas matérias que saem diariamente nos cadernos de economia do jornal analisado.

## 2. JORNALISMO E ECONOMIA

Um conjunto de meios de comunicação reunidos e classificados como emissoras de televisão, rádio, agências de notícias - Internet, impressos - jornais e revistas têm o objetivo de transmitir, noticiar e informar para o público, através de matérias jornalísticas, assuntos relacionados a qualquer área e temas que estejam inseridos ou não com o nosso cotidiano, a este conceito dá-se o nome de jornalismo. No sistema capitalista, o jornalismo está relacionado a tudo que acontece, tanto em relação à vida do cidadão, quanto às decisões e transformações que geram notícias expressas em forma de matérias associadas com os fatores que faz parte tanto da economia do país como de outros assuntos de interesse público.

“O direito do cidadão à informação de natureza jornalística, como direito, tem raízes profundas em costumes e necessidades que remontam aos primórdios da vida do homem em sociedade. Se vivemos juntos, em sociedade, é essencial que tenhamos acesso, cada um de nós, ao que acontece ao que se passa. Desde o aparecimento de um buraco na rua por onde transitamos todo dia, até as decisões dos líderes que escolhemos, até os grandes sucessos que podem de alguma forma mudar nossas vidas”. (BASILE: 2002).

As informações contidas nas matérias jornalísticas têm a função de ser utilizada pelo leitor, sendo assim deve-se manter a credibilidade e outros aspectos importantes que tem a finalidade de influenciar numa decisão contida no cotidiano da população. Devido à economia estar presente em todos os aspectos na sociedade, qualquer que sejam as transformações que venham ocorrer, estas estarão relacionadas a fatores econômicos. Os acontecimentos econômicos fazem gerar a produção de matérias jornalísticas, que é transmitida para o público, essas informações contribuem para que ocorram transformações na economia: “Em jornalismo econômico o texto com freqüência, se não for bem tratado, fica muito burocrático. Em conseqüência, é fundamental que o bom profissional se esforce para tornar o assunto agradável e inteligível”. (BASILE: 2002, p.121).

Definem jornalismo econômico os profissionais jornalistas que se especializaram em tudo que diz respeito na área de economia que envolve desde uma cidade, Estado

país e mundo, nisso se insere temas que também estão relacionados ao mercado de trabalho, desenvolvimento e tecnologia, desemprego, moradia, entre outros que estão no cotidiano de cada um. O nascimento das primeiras coberturas surgem na época da ditadura, onde os repórteres não tinha um espaço amplo para realizar seu trabalho, no que se refere a esse conceito vemos que:

“Uma das áreas que era possível cobrir, era a econômica, devida ao milagre econômico. No entanto, o governo passava informações de uma forma difícil de ser entendida e que os jornalistas não podiam passar adiante para o público. Então os jornalistas perceberam que era preciso um trabalho maior para explicar o chamado milagre econômico”. (BASILE: 2002).

A única ferramenta que os profissionais jornalistas podiam usar para acabar com o regime e provar que sua atuação era insatisfatória, seria traduzir o chamado milagre econômico. Em entrevista com o editor de economia do jornal de Brasília, Ricardo Nobre, a respeito desse assunto ele diz que o importante no jornalismo econômico é ser claro ao escrever sobre temas abordados e sempre ter em mente que o leitor não tem obrigação de saber, mas sim os jornalistas têm obrigação de explicar o que o público deseja, não deixando sempre de procurar e focar temas que sejam do agrado e do interesse de todos.

Durante a análise das matérias de economia do jornal de Brasília, percebe-se que a qualidade e a quantidade de informações são duas características que sempre se destacam. Nesse processo, é notável que para uma pessoa a matéria possa ser perfeita ou não pelo contexto e número de textos existentes no meio de comunicação.

O interessante nas matérias dos jornais são as possíveis decisões de melhores mudanças proporcionadas pela capacidade e qualidade das informações. Percebe-se que as informações desenvolvidas pelo jornalismo fazem parte dos acontecimentos de uma sociedade, e o papel da informação pode trazer benefícios econômicos no que se refere às decisões que venham a melhorar a vida da população.

“Fornecer dados que ajudem a prever o nível de atividade econômica é uma tarefa obrigatória do jornalismo econômico. Sua disseminação impede que apenas os grupos mais fortes, detentores de sistemas próprios de informação, possam se anteciper às mudanças de fase da economia”. (KUCINSKI: 1996, p.111).

Deve-se compreender, porém, que o processo de decisão econômica do país também se dá através da opinião do indivíduo que se baseiam com objetividade expressa nos jornais.

## 2.1 O economês e a vida real

O jornalismo econômico apresenta por características o uso de um linguajar mais apurado, com termos denominados de “economês”, que são as reproduções, por parte dos jornalistas, dos termos próprios da área de economia, sem uma tradução para o público leigo.

Para o editor do caderno de economia do jornal de Brasília, em entrevista exclusiva para este trabalho, no jornalismo econômico, “é preciso ser claro ao escrever sobre os temas abordados”.

Ele defende que é necessário sempre ter em mente que o leitor não tem obrigação de saber. “Nós sim, os jornalistas, é que somos obrigados a saber explicar o que o leitor quer saber. É claro, procurar sempre focar temas que sejam do agrado e do interesse de todos”.

“No início, a cobertura era incompreensível. Tudo era escrito num economês que nem mesmo os jornalistas conseguiam entender. Começou a destacar-se Joelson Beting... Ele traduzia as informações de forma que o leitor pudesse entendê-las através de analogias. Depois disso os jornalistas perceberam que era necessário trabalhar melhor as informações econômicas para que o público enxergasse o que estava se passando no país”. (BASILE: 2002, p.78)

Como uma dona de casa ou um empresário, sabe como fazer compras de um modo econômico ou até mesmo realizar um investimento em seu dia-a-dia? Sem saber o significado de palavras como: taxa de câmbio, queda da bolsa, entre outros termos apelidados de economês, isso seria quase que impossível. Entendendo ou não, estamos diariamente em contato com essas e outras expressões que são diariamente transmitidas através dos jornais, rádios, televisores e Internet.

“Dada à complexidade das situações da economia, a clareza só pode ser alcançada se o jornalista entender o fenômeno econômico que se propõe reportar ou analisar. Caso contrário é muito improvável que a narrativa seja clara. O recurso dos jornalistas que não entendem bem o tema de que estão tratando é o de se protegerem com as palavras difíceis do jargão dos

economistas e com expressões do inglês. Daí a disseminação deste vício que se tornou característica do jornalismo econômico brasileiro: o economês". (KUCINSKI, 1996, p.168).

No que se refere aos assuntos de economia, as expressões difíceis de compreender colocada nos meios de comunicação, é considerada uma real e existente dificuldade de compreensão desses termos pelo público. Sobre isso, o jornalista Joelmir Beting, no livro: Na prática a teoria é outra, expressa sua opinião: "O jornalista da Economia deve traduzir o rançoso economês da teoria para o português descompromissado do dia-a-dia" (BETING, 1973).

Uma matéria de economia que tem uma linguagem acessível, explica de forma clara o assunto que toda a população deve e precisa entender no seu cotidiano. Pode-se dizer que para entender o economês, tem que compreender muito bem a economia, sendo assim, a organização, investimento, gastos e planos para o futuro de cada cidadão ficaria mais fácil.

Segundo o editor de economia do jornal de Brasília, Ricardo Nobre, é certo dizer que a economia é considerada um "bicho" por muitas pessoas, justamente pelo economês, ou seja, termos difíceis quando não são bem explicados e também pela tradição de dificuldade e aridez que sempre envolveu o tema.

Jornais mais específicos como, por exemplo, o jornal Valor Econômico e outros que usam uma linguagem própria chamada de economês para tratar de assuntos específicos da área de economia são os mais criticados por dificultar o entendimento do leitor a respeito de determinados assuntos ali explícitos, limitando o acesso da população que precisa entender sobre as causas e resultados dos problemas econômicos diários.

"Tem se uma temática que, embora as notícias tenham reflexo na vida de todo cidadão, envolve um linguajar muito específico, em campo cujos comentários ficam restritos a uma pequena parcela da população, aquela que tem afinidade com os números". (Artigo jornalismo econômico: uma análise do discurso).

Porém a respeito desse assunto, existem alguns jornalistas especializados que acreditam que não há um meio de melhor explicar alguns termos nos textos

jornalísticos, por serem muitos abstratos. No livro: O Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964, o autor comenta.

"Além da contribuição dada para ritualizar ainda mais a função do Jornalismo Econômico, o uso repetido e constante de indicadores de preços, de custos, de produção, de consumo ou de liquidez, simbolizando práticas mercadológicas, atua também no sentido de confundir o texto da notícia e, em consequência, o leitor. Por prejudicarem que alguns desses símbolos são por demais conhecidos, muitos jornalistas e jornais não os traduzem para o público" (SALASSIÉ: 1964).

Pode-se dizer que existem diversas maneiras de escrever e, conseqüentemente, diversas formas de se interpretar o que é escrito. Sendo assim, parte-se do pressuposto de que "toda realidade transformada em linguagem é uma interpretação ou uma representação desta realidade. Já que não existe texto neutro, sempre há interesses em torno de uma questão." Segundo Pêcheux (2002), "o discurso não surge no vazio". O discurso remete à formação discursiva que o originou e que é marcada por uma ideologia ali embutida. Na origem do processo discursivo, há uma formação discursiva permitindo as condições de sua existência". (Artigo jornalismo econômico: uma análise do discurso).

## **2.2 O valor da economia**

Tudo começa na escolha do tema, na cobertura do jornalismo econômico, tudo se dá por inferências e hipóteses para desvendar a capacidade de publicar algo de interesse e relevância para o público, o primeiro passo é a reunião e a escolha das manchetes para desenvolvimento das matérias, que se bem elaboradas trará um bom resultado para o veículo de comunicação.

"A pauta é o mais importante momento de um meio de comunicação. É na pauta ou, mais especificamente, na reunião de pauta, que o veículo mostra que existe, que está vivo, ou se está vivo. No jornalismo econômico, a reunião de pauta é proporcionalmente mais importante que nos veículos de interesse geral, porque a cobertura econômica se dá por deduções". (BASILE: 2002, p.95).

O que está inserido no dia-a-dia nas páginas de economia dos jornais assim como no jornal de Brasília são as coberturas de empresas, mercado, negociações entre

grandes empresários, ministério que cuida da economia, produções, vendas, entre outros. No artigo, jornalismo econômico: uma análise do discurso, Elizabeth Moraes e André Sathler comenta: “Na realidade, a economia não pode ser considerada uma ciência exata, embora alguns assim o pretendam e venham crescendo as análises de ênfase estatística e econométrica no campo da Economia”.

No presente cotidiano, encontramos assuntos de maior interesse público, como: preços, moedas, juros, inflações, taxas bancárias e agricultura; assuntos como esses são os mais procurados e estão diariamente em contato com a vida de cada um, na qual estes influenciam nas atitudes, transformações e decisões que vai desde o próprio poder de aquisição à mudanças na economia doméstica.

Na televisão, no rádio, assim como no jornal impresso, podemos encontrar e nos informar diariamente sobre o petróleo, bolsas de valores, dólar e o ouro; que são um dos principais assuntos que influenciam nas mudanças e transformações do país.

“Contudo, por mais nobre que seja quando concebido idealmente, o jornalismo não pode ser entendido como remédio messiânico para os males da sociedade. O jornalismo econômico, no caso, por mais puro e correto que fosse, não resolveria os problemas macro e microeconômicos do país. Ele é condição, não solução... o jornalismo é um processo penoso, maratona permanente de batalhas inéditas a cada dia”. (BASILE: 2002).

Fazendo uma análise comparativa entre livros, jornais e outras fontes de pesquisa, pode-se perceber que as divisões feitas nos cadernos de economia se classificam em microeconomia que envolve: infra-estrutura que cobre as obras públicas, investimentos, transporte público empresas de telefonia, eletricidade, assim como os combustíveis existentes. Finanças que elaboram matérias sobre o mercado financeiro, bolsas de valores, ações, títulos públicos, juros bancários, bancos, bolsas de mercadorias e câmbio que são as moedas estrangeiras; negócios que foca os principais assuntos que envolvem as empresas estatais e iniciativa privada, fusões, aquisições, separações, parcerias, pesquisa e desenvolvimento, tecnologia, situações em que grandes empresários crescem profissionalmente e se destacam na mídia, e também os executivos e a macroeconomia que aborda notícias sobre as políticas de Estado para

economia, preços, inflação, salários, emprego, desemprego, crescimento, dívidas, contas nacionais, balança comercial, importação e exportação.

Segundo pesquisas sobre as fontes de jornalismo econômico, na maior parte das especializações jornalísticas, as fontes de economia são divididas em empresários, ministros, secretários, diretores, funcionários públicos, economistas e consumidores da notícia, ou seja, o público, o leitor. No que se refere as fontes necessárias para os jornalistas escreverem sobre as políticas de Estado ou sobre a macroeconomia, as fontes se dividem em universidades, empresas de consultoria, federações de indústrias e institutos de pesquisa brasileira como por exemplo o Instituto Brasileiro Geográfico e Estatística (IBGE). No que se refere a assuntos do governo, o Ministério da Fazenda, Planejamento e Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior e o Tesouro Nacional, que estão associados na área econômica, são fontes regulares dos cadernos de Economia. No setor trabalhista, também são ouvidos associações de classe, advogados trabalhistas e outros. Na parte dos Negócios, o jornalista é muito importante na tarefa de desvendar e revelar ao público as informações que as empresas preferem não divulgar.

“O fato de se escolher uma ou outra palavra é pertinente para marcar o posicionamento do escritor em relação ao fato abordado. É o locutor no exercício do discurso que, ao se apropriar das formas que a linguagem propõe, constrói sua visão de mundo sobre o tema abordado, na perspectiva de envolver o leitor”. (Artigo jornalismo econômico: uma análise do discurso)

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

#### **3.1 O espaço da economia no Jornal de Brasília**

Com base na pesquisa e análise feitas do dia 15 de fevereiro a 15 de março do jornal de Brasília, pode-se perceber que o caderno de economia do mesmo, investe seus recursos em matérias simples, com uma linguagem acessível. Visto que é classificado como um jornal popular, a presente análise partiu do pressuposto de que o vocabulário utilizado em jornais especificamente nos cadernos de economia dificulta o entendimento do leitor, principalmente no que diz respeito aos termos técnicos, apelidados de “economês”.

Segundo o editor de economia Ricador Nobre, há muito tempo o jornal de Brasília vem procurando focar seu noticiário econômico em temas que interessam diretamente o leitor. Não adianta ficarmos no economês das macroeconomias, quando o que importa, também, é ajudar as pessoas a lidarem com seu dia-a-dia, no caso, o dia-a-dia doméstico.

.No que se refere às manchetes e aos assuntos presentes nesse período analisado, constata-se que os temas como: trabalho, gás, aposentadoria, concursos, poupança, fiscalização, supermercado, imposto de renda, clima, trabalho, desemprego, crescimento, juros menores, viagens aérea, FGTS, aumento do leite, entre outros, estão totalmente relacionados com a vida diária de cada cidadão, dos principais acontecimentos, situações e decisões de uma sociedade, Estado e país. Para melhor compreensão, nos quadros 1 e 2 estão relacionados os assuntos diários do jornais analisados.

**Quadro 3. 1:** Assuntos diários dos jornais analisados.

Data dos Jornais	Número de Fotos	Quantidade de Propagandas	Quantidade de Matérias	Assuntos dos Jornais
15/fev	2	1	10	contas públicas e concursos
16/fev	3	2	15	gás, carnaval, aposentadoria
17/fev	1	0	6	água
19/fev	3	0	10	shopping center
21/fev	1	0	4	lucratividade
22/fev	1	0	4	trabalho
23/fev	2	1	16	atacado, demanda, concurso
24/fev	6	1	12	construção civil, contas e. inad.
26/fev	5	0	12	bom negócio
27/fev	2	0	18	empréstimo, mercosul
28/fev	6	0	13	Imposto de Renda, clima, crise nas bolsas

**Quadro 3. 2:** Assuntos diários dos jornais analisados

Data dos Jornais	Número de Fotos	Quantidade de Propagandas	Quantidade de Matérias	Assuntos dos Jornais
1/mar	1	0	11	desemprego, crescimento
2/mar	1	0	12	supermercado, imposto de renda
3/mar	2	0	8	viagem aérea
5/mar	2	0	4	pirataria
6/mar	1	0	3	mercado
7/mar	2	0	10	poupança, fgts, mulheres
8/mar	6	0	11	visita bush, pesquisa, juros
9/mar	1	0	15	supermercado
10/mar	3	1	11	bilionários, aumento leite, visita B
12/mar	1	0	3	fiscalização
13/mar	1	0	15	juros menores
14/mar	4	0	10	aposentadoria, cidade ocidental

Para Ricardo Nobre, o que interessa para o leitor é saber das coisas que influenciam no seu cotidiano. Todo mundo quer saber qual banco cobra juro mais barato, qual produtos estão em oferta nos supermercado.

De acordo com informações obtidas no setor comercial do próprio jornal, o periódico é um veículo de comunicação voltado especialmente para as classes C e D. A partir disso, como foi verificado em entrevista com o editor de economia do veículo, é utilizada uma linguagem acessível e objetiva para entendimento e informação do leitor, contendo apenas o necessário de palavras em “econômes”, para exemplificar, dos vinte e dois jornais analisador, foi selecionada uma matéria do dia 28 de fevereiro de 2007 que explica que a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) teve a maior e pior queda desde o dia 11 de setembro de 2001, visto que essa é uma matéria mais complexa e que tem alguns termos diferentes utilizados em economia, foi produzida de forma que todos entendesse. O editor Ricardo Nobre diz “a regra básica é não ter vergonha de perguntar. Jornalista não é obrigado a saber tudo, mas tem que saber perguntar, entender e repassar a explicação da maneira mais clara possível”.

Uma outra reportagem do dia 17 de fevereiro presente no anexo deste trabalho que aborda o reajuste abaixo da inflação da Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb), segundo ordens da Agência Reguladora de Águas e Saneamento do Distrito Federal (Adasa), a matéria mostra assim como as outras a maneira que os textos são elaborados, facilitando o conhecimento da população, sem termos técnicos e complicados de se entender. Quanto as pessoas não gostarem de economia por ser um assunto chato, Ricardo Nobre comenta:

“Por natureza, esse assunto é mesmo um pouco chato para a maioria das pessoas, principalmente entre os jovens, creio eu. Mas a culpa talvez seja nossa mesmo, da imprensa, porque por muito tempo os jornais não tiveram a preocupação de explicar com clareza para os leitores o real significado das decisões econômicas. De qualquer maneira, acho que isso está mudando e muita gente já começa a se interessar pela economia, que casa vez mais se globaliza”.

Quanto à linguagem e estrutura do texto presente do jornal durante o período analisado, percebe-se que é produzido com todas as regras básicas do jornalismo e de

uma forma organizada e compreensível para qualquer nível e classe social, apesar de ser um jornal popular, como todo bom texto e informação em um veículo de comunicação encontra-se nas matérias jornalísticas a introdução, desenvolvimento e conclusão.

A análise se direciona pelas características presentes no jornal e o compromisso e fidelidade que cada exemplar tem com leitor, as diversas abordagens e seleções de pauta mostram e determinam a responsabilidade e preocupação que o meio de comunicação investigado tem com seu cliente.

Portanto, pode-se observar com as especificações dos gráficos detalhados abaixo, as classificações e o espaços usado para cada complemento importante na elaboração e montagem do mesmo.

O primeiro gráfico mostra a quantidade em porcentagem os epaços usados pelo jornal de Brasília referente a imagem que envolve (fotos, propagandas e tabelas) e as matéria assim como (textos, notas e comentários).

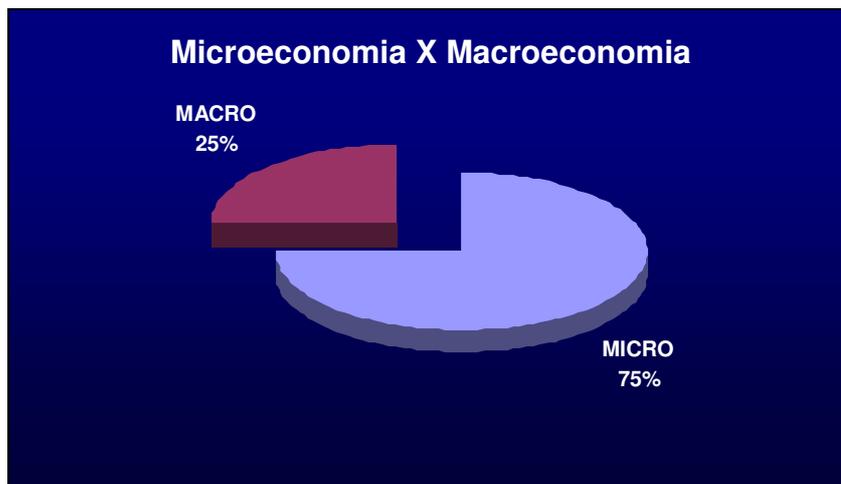
**Gráfico 3. 1: A quantidade em porcentagem dos epaços usados pelo jornal de Brasília referente a imagem**



(GAMA, 2007)

O próximo gráfico mostra a quantidade de matérias microeconômicas e macroeconômicas, a última estão os textos que se referem a assuntos mais populares e de interesse geral, como por exemplo, salário, emprego, desemprego e inflação. Como disse Ricardo Nobre em entrevista, “o que interessa para o leitor é saber das coisas influenciam no seu cotidiano”.

**Gráfico 3. 2: A quantidade de matérias microeconômicas e macroeconômicas**

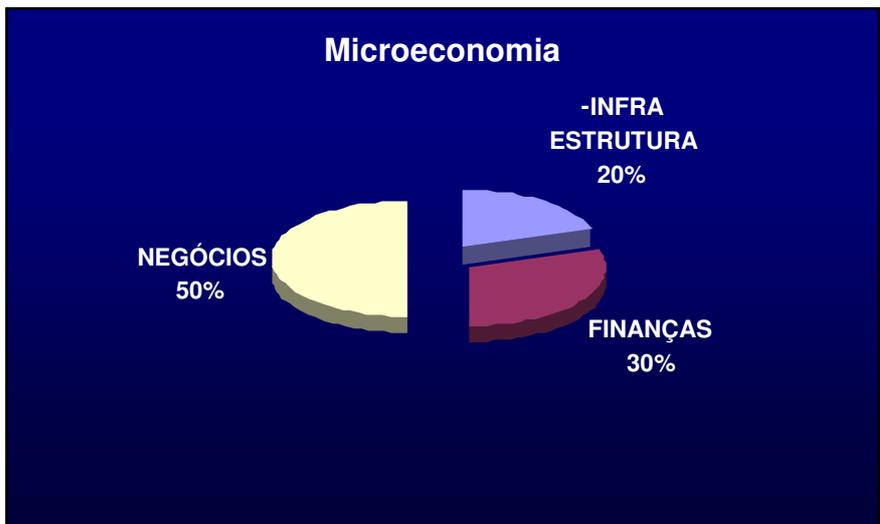


(GAMA, 2007)

A presente classificação exposta neste trabalho baseia-se nas obras de Joelmir Beting e Sidenei Basile, a especificação do espaço utilizado no jornal sobre a microeconomia, fala sobre a infra-estrutura que são (obras públicas, eletricidade, combustíveis, transporte, telefonia, entre outros); finanças que envolve temas sobre (mercado financeiro, bolsas de valores, juros bancários, ações, etc) e negócios que aborda (tecnologia, empresas, aquisições, parcerias, pesquisa e desenvolvimento).

Na opinião do editor quanto as matérias que se direcionam a temas sobre bancos, investimentos e crescimento “ todo mundo que tem um dinheirinho guardado quer saber se está fazendo o correto para manter seu poder de compra. Daí o interesse dos jornais em mostrar como se preteger financeiramente”.

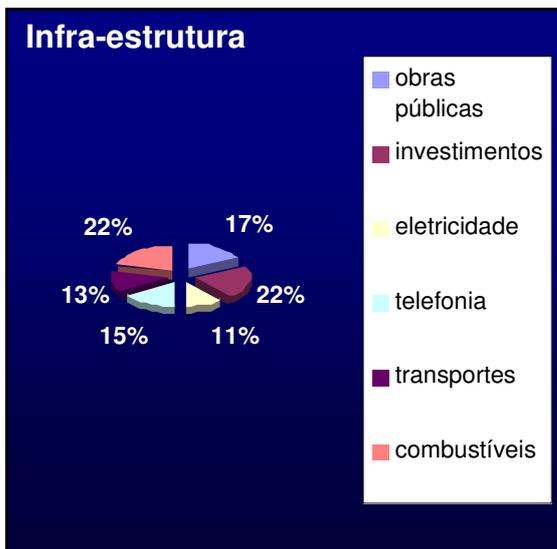
Gráfico 3. 3: A especificação do espaço utilizado no jornal sobre a microeconomia,



(GAMA, 2007)

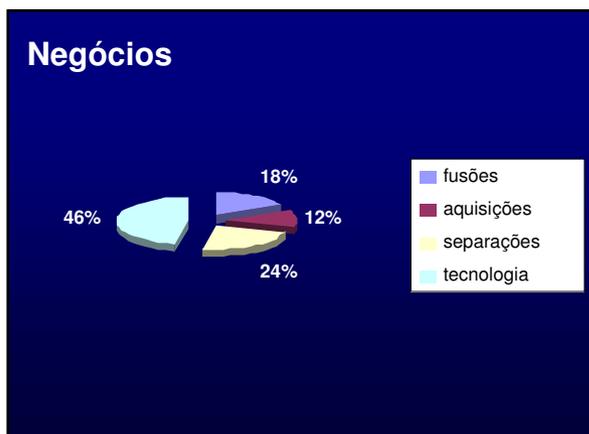
Com o objetivo de passar para o leitor o que de fato e preferencialmente está relacionado com seu cotidiano, analisa-se os assuntos diários no jornal de Brasília detalhado abaixo no que diz respeito à microeconomia do mesmo.

Gráfico 3. 4 : Infra - estrutura



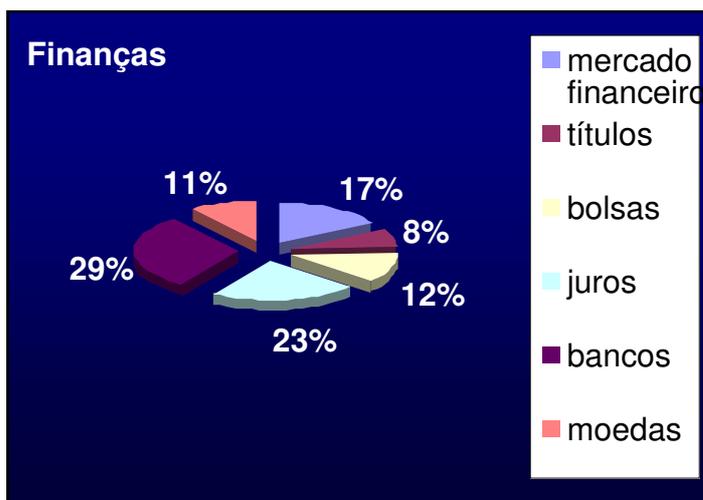
(GAMA, 2007)

**Gráfico 3. 5: Negócios**



(GAMA, 2007)

**Gráfico 3. 6: Finanças**



(GAMA, 2007)

### **3.2 O tamanho da informação - A informação jornalística e a linguagem utilizada**

Com o objetivo de produzir informações específicas no processo de produção de informações especializadas, essas têm um valor real e importante na tarefa de atualizar e levar os fatos com o objetivo de influenciar nas mudanças socioeconômicas e culturais do país, dessa forma pode-se compreender o que diz no artigo jornalismo econômico: uma análise do discurso.

“... é impossível compreender um texto apenas no seu sentido denotativo, há que se entender a situação do discurso e as suas condições de produção;” Os dizeres não são apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas”. (ORLANDI: 2003, p. 30)”.

As informações jornalísticas sendo popular e de acesso para todas as classes podem e influenciam nas decisões e transformações das mudanças realizadas por governantes. Com o advento da tecnologia, as informações ficaram mais acessíveis e mais populares para as pessoas; com a Internet, a população passou a ter uma noção melhor e decisiva das informações. No jornalismo, a informação pode ser considerada um aspecto específico realizado pelo próprio processo natural do jornalismo. Na informação jornalística, faz-se necessário diferenciar os termos usados na informática (na qual são considerados termos próprios) e a linguagem usada para informação jornalística que pode ser identificada pelo trabalho objetivo, claro e concluído do profissional.

“As linguagens não são inocentes nem inseqüentes. Toda linguagem é ideológica, porque ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata. Há sempre, queira-se ou não, uma transfiguração, uma obliquidade da linguagem em relação aquilo a que ela se refere”. (SANTAELLA: 1996, p.330).

Quanto à linguagem usada no caderno de economia dos jornais populares, como o Jornal de Brasília, é manifestada a definição de que o leitor não se agrada e nem acha interessante o que é oferecido pelo jornalismo dentro do conceito de informar para

formar cidadãos, com mais participação e conscientização no que diz respeito à objetividade da informação elaborada por profissionais especialistas ou não dessa área complexa e existente na economia percebemos que Van Dijk diz.

“É plausível que as formas estruturais e os sentidos globais de um texto informativo ou noticioso não são arbitrários, mas o resultado de hábitos sociais e profissionais de jornalistas em ambientes institucionais, de um lado é uma condição importante para o processamento cognitivo eficaz de um texto informativo ou noticioso, tanto por jornalistas como por leitores, de outro”. (VAN DIJK: 1992, p.122).

Portanto, essa é uma área do jornalismo que deve ser executada de forma objetiva na qual passa a ser exigida pelo público que tem interesse econômico e está presente na sociedade. A respeito desse assunto, o autor Bernardo Kucinski, em seu livro jornalismo econômico, esclarece:

“A intencionalidade do jornalista pode ou não ser compartilhada pelos leitores. O texto é também a base de um diálogo com o leitor, e por isso o jornalista deve deixar que ele tire suas próprias conclusões. Deve ser claro no uso dos códigos de linguagem, em especial do vernáculo. No rádio e na TV, quem usa uma linguagem que ninguém entende não está sendo ouvido. A questão se complica porque nem todos entendem as mesmas expressões da mesma forma” (KUCINSKI: 1996, p.167).

Informação: reportagens, textos, notas especializadas e transmitidas em forma de notícias dentro do padrão, normas e regras jornalísticas, enquanto que opinião é a produzida de diferentes maneiras significados e valores dos fatos ocorridos por leitores, espectadores, ouvintes, internautas. Quanto à informação e à opinião, ambas se originam dos fatos, mas a informação que é completa atua nos processos de produção e se destaca por acrescentar e concluir os documentos ou não que formam um conjunto de dados. A informação completa permite que o leitor tenha mais conhecimento sobre o caso e é composta por observações e fatos concretos a respeito de determinado acontecimento, já informação incompleta não apresenta todos os fatos na notícia. No caso de uma matéria sobre os preços dos alimentos, “é normal dizer o por quê dos aumentos mencionados. Nesse caso ouvimos os produtores ou os responsáveis diretos pela fixação do aumento para que expliquem os motivos. Se não

convencer, mostramos se está havendo especulação. O importante é ouvir os lados interessados na questão para que nada fique sem resposta, ou pelo menos sem um argumento”. Diz Ricardo Nobre em entrevista.

Temos o seguinte pensamento do autor Bakhtin, citado no artigo jornalismo econômico: uma análise do discurso.

“A complexa interdependência que se estabelece entre o texto e o contexto que o elabora e o envolve, através do qual se realiza o pensamento do sujeito que pratica ato de cognição e de juízo...é impossível eliminar ou neutralizar nele (no texto) a segunda consciência, a consciência de quem toma conhecimento dele.” (BAKHTIN: 1997, p.333).

Citando um exemplo de matéria de economia, no que se refere a um texto elaborada por um especialista da área, este tem informações que vem a sobrepor uma matéria que está relacionada com o problema, mas apenas proporciona um indício de que algo realmente está ocorrendo. Em base teórica a respeito desses conceitos podemos classificar a informações em três fases: informação completa que é teórica, informação perfeita, ou seja, informação completa e a informação assimétrica que significa uma informação incompleta. A informação completa se identifica como, matérias especiais na qual explica como todo o fato se iniciou, desenvolveu e terminou abordando todos os pontos, fazendo com que o público tenham todos os detalhes daquele caso.

#### **4. CONCLUSÃO**

A presente análise parte da hipótese de como a linguagem jornalística usada no material utilizado para pesquisa: análise do caderno de economia do jornal de Brasília é uma interpretação clara da realidade com temas apresentados e desenvolvidos no meio de comunicação impresso.

Considerando os métodos de escrita presente nos textos diários do jornal percebe-se que o leitor pode se informar entendendo claramente o que cada matéria quer dizer, havendo caso de textos ou assuntos mais complexos, não se descarta a possibilidade de que alguém possa ter alguma dúvida ou dificuldade de interpretar o que está lendo, mas a pesquisa mostra que 90% do conteúdo apresentado é de interesse público, leva uma linguagem de fácil entendimento e que está relacionado com o dia-a-dia de cada cidadão, seja de uma dona de casa, seja de um empresário.

Considerando o fato de que os assuntos de economia são complexos e envolve certo tempo e conhecimento para melhor entendemos, principalmente quando se diz respeito a expressões técnicas, chamada de “economês”; no caso do jornal de Brasília raramente identificamos ou nos deparamos com esses tipos de expressões que complicam o entendimento do leitor. O texto apresentado é nítido, claro e agradável de ler, facilitando assim para a população a cessar a informação, conhecimento e atualização dos acontecimentos locais e não locais. As características do veículo de comunicação aqui analisado se diferenciam pelo fato de ter uma preocupação com seu cliente e principalmente por optar em ser um jornal popular. Como diz Ricardo Nobre em entrevista, às vezes o jornalismo econômico é chato, mas pode deixar de ser, se procurarmos deixar as coisas claras para o leitor, e explicarmos as conseqüências das decisões ou acontecimentos.

A pesquisa e análise desenvolvida com um mês de material disponível para execução do mesmo trouxeram resultados positivos no que se refere à contribuição, compromisso e responsabilidade com a cidadania, pode se observar com as matérias, gravuras, fotos, e outros materiais utilizados e bem divididos em cada exemplar elaborado com o objetivo de não só informar, mas também de contribuir para o

crescimento e desenvolvimento do país. Quanto a mais importante função de um editor, Ricardo Nobre diz:

“O editor tem que saber o que é mais importante para o leitor diante da grande quantidade de notícia que recebe por dia. Tem que saber orientar o repórter a conduzir sua apuração de forma que mostre o que realmente é importante. Tem que saber equilibrar a edição para que disponha de assuntos variados, porém de interesse geral. Em fim, tem que ter um pouquinho de sensibilidade para saber o que é notícia. Más essa sensibilidade não é exclusiva da economia. Todos os editores, e demais jornalistas, precisam de um pouco de sensibilidade para trabalhar”.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70. 1979.

BASILE, Sidnei. **Elementos do Jornalismo Econômico**, Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BETING, Joelmir. **Na Prática a Teoria é Outra: os fatos e as versões da economia**, São Paulo: Impres, 1976.

GONÇALVES, E.M.; GUIMARÃES, A.S. **Artigo Jornalismo Econômico: uma análise do discurso**, São Paulo: Umesp.

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

SALASSIÉ, Aylê. **O Jornalismo Econômico no Brasil depois de 1964**, São Paulo: Agir, 1964.

SANDRONI, Paulo. **Traduzindo o Economês: para entender a economia brasileira na época da globalização**, São Paulo: Best Seller, 2000.

SINGER, Paul. **Aprender Economia**, São Paulo: Contexto, 1999.

## **ANEXOS**

“Anexo A”

Jornal de Brasília – Impresso

Período: 28 de fevereiro de 2007

Assunto: Matéria sobre água

“Anexo B”

Jornal de Brasília – Impresso

Período: 17 de fevereiro de 2007

Assunto: Matéria sobre Bolsa de valores

ÁGUA || AGÊNCIA REGULADORA FAZ LEVANTAMENTO DE CUSTOS E MANDA CAESB REAJUSTAR ABAIXO DA INFLAÇÃO O PREÇO DA TARIFA COBRADA NO DF

# Conta fica 2,9% mais cara

A taxa de água e esgoto vai ficar mais cara em março. A Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb) aumentou em 2,97% a taxa de água e esgoto. A Agência Reguladora de Águas e Saneamento do Distrito Federal (Adasa) negociou com a Caesb um aumento que ficou menor que o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que, segundo o Banco Central foi de

4,63% em 2006. O índice é um dos números que compõem o índice da inflação.

Com esse aumento, um domicílio que consome em média 50 metros cúbicos de água mensais, que hoje paga R\$ 6,07, deverá pagar, a partir de março, R\$ 6,25 pelo consumo de água e pelo tratamento do esgoto.

O índice de 2,97% é resultado de uma negociação cri-

ativa entre a Adasa e a Caesb. A agência reguladora fez um levantamento dos gastos da companhia brasiliense.

"Algumas contas a companhia não tinha como diminuir. Em outras, no entanto, ela não precisava prever um aumento tão ostensivo", explica David de Matos, presidente da Adasa.

A Caesb queria estabelecer um aumento de 8% na taxa de água e esgoto. No entanto a

agência reguladora entendeu que despesas com propaganda, por exemplo, poderiam ser reduzidas para baixar o índice de reajuste da taxa de água e esgoto cobrada dos usuários.

## Conquista

"Foi uma conquista importante da Adasa. Conseguimos colocar o índice abaixo da inflação", comemora o presidente da Adasa, David de Matos.

Ele lembra ainda que, em 2006, o reajuste da taxa de água praticado pela Caesb foi de 14,84%.

De acordo com David de Matos, o levantamento feito pela Adasa seguiu também uma recomendação do governador José Roberto Arruda, para que o índice de reajuste não ficasse maior que a inflação, como ocorreu no ano passado.

## PROMOÇÃO

### VARIAS ANUNCIAS TAMPA DE R\$ 30

A Varig lançou, apenas para o Carnaval, uma promoção de tarifas para os principais destinos de festas. As passagens valem de hoje a Quarta-Feira de Cinzas e podem ser compradas pela internet ou nas lojas da empresa. A empresa não informou o número de passagens com desconto por aeronave. O trecho mais barato é o da ponte aérea Rio-São Paulo, onde a tarifa pode sair por R\$ 58. Partindo de Brasília, a promoção

CRISE NAS BOLSAS || BOVESPA DESPENCA (6,63%), ACOMPANHANDO DERRUBADA GENERALIZADA NOS MERCADOS FINANCEIROS DA CHINA, EUROPA E DOS ESTADOS UNIDOS

# Pior queda desde 2001

Uma onda mundial de pessimismo nos mercados mundiais, com queda generalizada nas bolsas da China, Europa e Estados Unidos, derrubou também a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), que sofreu, ontem, o seu pior fechamento dos últimos seis anos. O Ibovespa, principal índice do mercado brasileiro, encerrou o dia aos 43.145 pontos, em queda de 6,63%. O "pânico" com o efeito China veio casado com um grande volume de negócios: R\$ 5,4 bilhões.

A praça financeira não vivia um dia tão ruim desde julho de 2002, quando a Bovespa caiu 6,5%, em meio aos temores generalizados do cenário político. Pior, somente no dia 11 de setembro de 2001 — dia do atentado terrorista aos EUA —, quando a Bovespa fechou mais cedo, em queda de 9%.

"O mercado estava esperando um motivo para realizar (vender) ações muito valorizadas e ele apareceu. A gente somente não sabia que ele iria aparecer na China", afirma a analista Kelly Thiemlin, da corretora SLW.

A queda só não foi pior porque algumas ações ficaram tão baratas, devido a quedas da

ordem de 10%, que atraíram compras mesmo em um ambiente de vendas generalizado.

Analistas financeiros contam que alguns investidores esfriaram a cabeça e não esperaram no pregão de hoje uma repetição da "terça-feira negra".

O mercado de câmbio também foi afetado pelo estresse mundial: o dólar comercial foi cotado a R\$ 2,120 nos últimos negócios, em seu maior preço desde o final de janeiro. O risco-país, por sua vez, não saiu incólume: o índice Embi do Brasil, calculado pelo banco JP Morgan, bateu a casa dos 190 pontos.

## Xangai

Foi dos EUA e da China que vieram as notícias que afetaram os mercados mundiais. A Bolsa de Xangai foi o "estopim", fechando em baixa histórica de 8,8%. Os investidores temeram que o governo chinês anunciasse uma nova rodada de medidas para deter o superaquecimento da economia chinesa.

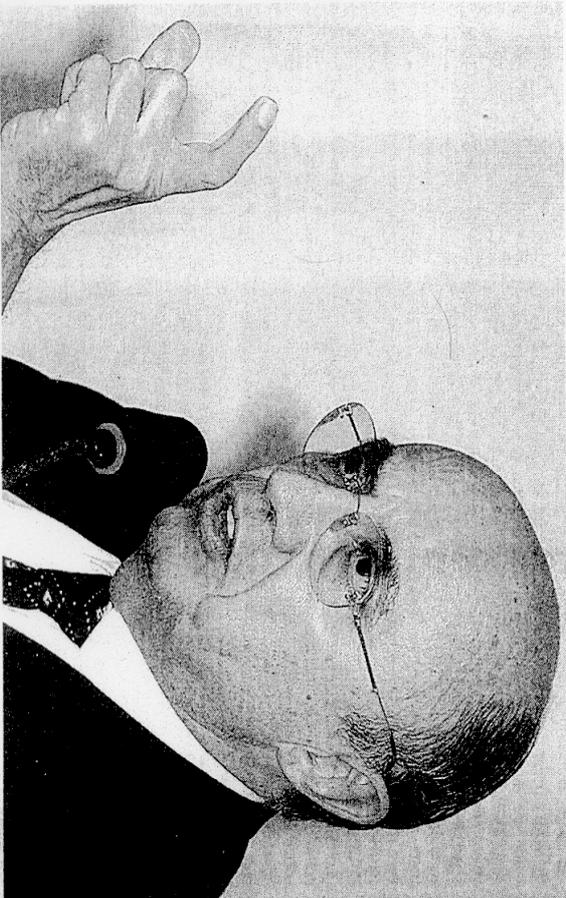
Nos EUA, os investidores já estavam preocupados desde segunda-feira, quando o ex-presidente do Federal Reserve (banco central americano), Alan Greenspan, despertou os

temores de uma possível recessão no horizonte. Ontem, o pessimismo foi alimentado pela queda de 7,8% nas encomendas de bens duráveis.

Essas notícias tiveram o efeito de "bomba" nos mercados mundiais, no famoso "efeito dominó". Na Inglaterra, queda de 3,45%; na Argentina, o índice Merval derreteu 7,5%. Nos EUA, Wall Street recuou 3,29% e teve que restringir os negócios na praça para limitar as perdas.

Na Bovespa, que comemorava recordes sucessivos, os investidores encontraram "gordura" para queimar e foram às vendas, em um dia dedicado à realização de lucros. Analistas explicaram a volatilidade dos negócios pelo "efeito manada": todos querendo sair da Bolsa, a qualquer preço.

O presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, disse ontem que a queda verificada em mercados ao redor do mundo deve ser encarada como um "aviso para que tenhamos mais prudência". E completou: "Essa é uma lembrança aos mercados de que os movimentos são nas duas direções e que se apostas existem, elas podem estar erradas", afirmou Meirelles.



JOSÉ CRUZ/ABR

## HENRIQUE MEIRELLES ANALISOU O 'DIA DE PÂNICO': "AVISO PARA QUE TENHAMOS MAIS PRUDÊNCIA"

Para o ministro da Fazenda, Guido Mantega, esse movimento terá curta duração. Segundo ele, de qualquer forma, "os indicadores mostram que o Brasil está mais sólido para pas-

sar por turbulências". "A expectativa dos analistas é que será uma crise passageira. É uma turbulência. Nem chamaria de crise. É normal que esse mercado tenha correções. A va-

loração do mercado acionário chinês foi de 160% no ano passado. É correção. Não vejo problema de longa duração. É problema de curta duração", afirmou Mantega.

## APÊNDICE

### “Apêndice A”

Entrevista com o Editor Ricardo Nobre

Editor de economia do Jornal de Brasília

Período: 18 a 26 de março de 2007

1) O senhor avalia que as notícias do caderno de economia prestem serviço ao seu leitor?

R: Avalio que sim. Há muito tempo que o Jornal de Brasília vem procurando focar seu noticiário econômico em temas que interessem diretamente o leitor. Não adianta ficarmos no economês da macroeconomia, quando o que importa, também, é ajudar as pessoas a lidarem com seu dia-a-dia, no caso, o dia-a-dia econômico/doméstico, etc.

2) De que forma os jornalistas prestam esses serviços? Abordando quais assuntos?

R: A forma que os jornalistas prestam esses serviços é procurar matérias que mexam diretamente com o bolso dos leitores. Amanhã, dia 27 de março, por exemplo, estaremos publicando matéria sobre uma lei aprovada na Câmara Legislativa que proíbe as operadoras de TV a cabo cobrarem pela instalação de um ponto extra. A lei está sendo questionada na Justiça pelas operadoras e nós estamos mostrando os dois lados da questão. Produzimos também muitas matérias sobre consumo.

3) O que as notícias de economia levam para as pessoas? Está relacionado com o cotidiano delas?

R: O que interessa para o leitor é saber das coisas que influenciam no seu cotidiano. Todo mundo quer saber qual banco cobra juro mais barato, qual produtos estão em oferta nos supermercado, quem vende chocolate de páscoa mais barato.

4) Por que o senhor acredita que as pessoas, no geral, não gostam de assuntos de economia?

R: Por natureza, esse assunto é mesmo um pouco chato para a maioria das pessoas, principalmente entre os jovens, creio eu. Mas a culpa talvez seja nossa mesmo, da imprensa, porque por muito tempo os jornais não tiveram a preocupação de explicar com clareza para os leitores o real significado das decisões econômicas. De qualquer maneira, acho que isso está mudando e muita gente já começa a se interessar pela economia, que cada vez mais se globaliza.

5) Pode-se dizer que a economia é considerada um “bicho” por muitas pessoas? Por quê?

R: Justamente pelo economês (termos difíceis quando não bem explicados) e pela tradição de dificuldade e aridez que sempre envolveu o tema.

6) Um jornal popular tem que ter um caderno de economia independente? Por quê?

R: Sinceramente, não sei se um jornal popular precisaria de um caderno inteiro desses. Sei, no entanto, que o espaço para mostrar o que acontece no cotidiano das pessoas deve ser importante. Nós aqui do Jornal de Brasília, por exemplo, em muito breve vamos aumentar o espaço de economia para quatro páginas diárias. Se ocuparmos esse espaço com o que realmente interessa, acho que os leitores não vão reclamar.

7) O que é importante no jornalismo econômico?

R: É ser claro ao escrever sobre os temas abordados. Sempre ter em mente que o leitor não tem obrigação de saber. Nós, sim, os jornalistas, é que somos obrigados a saber explicar o que o leitor quer saber. E claro, procurar sempre focar temas que sejam do agrado e do interesse de todos.

8) Por que passa despercebido o caderno de economia, quando as pessoas lêem o jornal?

Se o caderno (ou as páginas) de economia tiver temas interessantes, talvez não passe assim tão despercebido.

9) Uma dona de casa quer saber se o preço dos alimentos vai aumentar, de que forma as informações contidas em um caderno e economia do jornal popular vai contribuir / explicar como essas mudanças funcionam?

R: Quando fazemos matérias sobre aumentos de preços, é normal dizer o por que do aumentos mencionados. Nesse caso, ouvimos os produtores ou os responsáveis diretos pela fixação do aumento para que expliquem os motivos. Se não convencer, mostramos se está havendo especulação. O importante é ouvir os lados interessados na questão para que nada fique sem resposta, ou pelo menos sem um argumento.

10) Como fazem para evitar os termos em economês?

R: A regra básica é não ter vergonha de perguntar. Jornalista não é obrigado a saber tudo, mas tem que saber perguntar, entender e repassar a explicação da maneira mais clara possível.

11) Qual o objetivo das matérias de economia se direcionarem a temas que estão relacionados com: bancos, investimentos, crescimento, concursos, etc.?

R: Todo mundo que tem um dinheirinho guardado quer saber se está fazendo o correto para manter seu poder de compra. Daí o interesse dos jornais em mostrar como se proteger financeiramente. Já em relação aos concursos, é porque milhões de pessoas neste país sonham em ter estabilidade no emprego.

12) Se o dólar cai ou sobe como fazem para explicar a população porque o preço do pão aumentou?

R: Procuramos ouvir os especialistas e o mercado para explicar relações como esta, se for o caso.

13) Por que todos os dias tem uma tabela de indicadores no caderno de economia? Para que serve?

R: Para que as pessoas acompanhem os números que lhes interessam no dia-a-dia. Tem gente que quer saber quanto a poupança vai render em determinado dia, quanto vale o dólar, etc. São os chamados serviços, tão consultados hoje.

14) Na sua opinião, o jornalismo econômico é chato? Justifique.

R: Às vezes é, mas se procurarmos deixar as coisas claras para o leitor, e explicarmos as conseqüências das decisões ou acontecimentos, talvez ele deixe de ser chato.

15) Qual a diferença entre notícias e serviços ao consumidor de notícias?

R: Notícias são aquelas que damos diariamente, com o andar dos acontecimentos. Ou seja, os fatos que surgem no noticiário econômico. No entanto, notícia também vem acompanhada de serviço, é só precisar.

16) Você acha que o número de títulos de economia e negócios no Brasil vai continuar aumentando ou tende a diminuir?

R: O que posso dizer é que a Época, por exemplo, acaba de lançar uma revista de negócios, do tipo da Exame. Se um grupo forte está fazendo isso, é porque deve ter interesse comercial e jornalístico que justifique o investimento.

17) Qual a melhor maneira de organizar um jornal de economia? Por setores e competências ou por cadernos?

R: Melhor organizar por assuntos. Por exemplo: Numa página, notícias sobre consumo/preços. Na outra, finanças e na outra, servidores, por exemplo.

18) Quais das funções de um editor, você julga mais importante?

R: O editor tem que saber o que é mais importante para o leitor diante da grande quantidade de notícia que recebe por dia. Tem que saber orientar o repórter a conduzir sua apuração de forma a mostrar o que realmente é importante. Tem que saber equilibrar a edição para que disponha de assuntos variados, porém de interesse geral. Enfim, tem que ter um pouquinho de sensibilidade para saber o que é notícia. Mas essa

sensibilidade não é exclusiva da economia. Todos os editores, e demais jornalistas, precisam de um pouco de sensibilidade para trabalhar.