



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS APLICADAS – FATECS
COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

THAÍS PRADO GUIMARÃES
20759778

DECODIFICAÇÃO DO “ECONOMÊS”
A relação entre o público leigo e as matérias de economia

Brasília
2011

THAÍS PRADO GUIMARÃES

DECODIFICAÇÃO DO “ECONOMÊS”

A relação entre o público leigo e as matérias de economia

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: MSc Regina C. Xavier Santos

Brasília

2011

THAÍS PRADO GUIMARÃES

DECODIFICAÇÃO DO “ECONOMÊS”

A relação entre o público leigo e as matérias de economia

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: MSc Regina C. Xavier Santos

Brasília, _____ de _____ de 2011.

Banca Examinadora

Professora MSc Regina C. Xavier Santos
Orientadora

Professora Dra. Cláudia Maria Busato
Examinadora

Professora Especialista Edla Moreira Lula
Examinadora

AGRADECIMENTO

À minha família;

Aos meus professores pelo profissionalismo e dedicação;

À minha orientadora pela atenção e eficiência com que me acompanhou;

Aos meus colegas Bruno, Victor, Ana Paula, Natascha, Priscila, Aline e Natália, por terem sido grandes companheiros nessa caminhada;

À Eletrobras Eletronorte por ter incentivado e facilitado meu acesso à graduação;

À equipe da Coordenação de Comunicação Empresarial pelo apoio, amizade e compreensão, especialmente à Marcela;

Aos amigos Fellipe e Thiago, por tudo;

E acima de todos a Deus, pois sem Ele eu nada seria.

“É preciso traduzir, explicar, fazer-se entender, atingir todos os leitores. Sem distinção. Em um país onde o analfabetismo ainda atinge níveis inaceitáveis, onde qualquer um que use terno é chamado de doutor, onde as autoridades se portam em relação à população como se estivessem acima do bem e do mal, o papel do jornalista tem de ser muito maior do que meramente informar”.

Alexandre Calais

RESUMO

Este trabalho ressalta a importância das matérias econômicas na vida do cidadão brasileiro. Primeiramente, introduz os conceitos básicos da economia e como se aplicam na vida cotidiana no leitor. Apresenta um breve histórico sobre o jornalismo econômico, explica o contexto no qual surgiu, quais eram as pautas naquela época, as mudanças ocorridas nas redações e os reflexos dessas mudanças na sociedade. Fala do jornalismo de serviço, que surgiu como uma maneira de driblar a ditadura, mas que deveria ser a pauta buscada pelos jornalistas, levada em conta a sua importância para o leitor comum. Analisa a linguagem usada nos noticiários econômicos, com seus termos técnicos, siglas, números e jargões, que interferem diretamente na leitura da matéria e na assimilação das informações. Discute as técnicas para se escrever uma boa matéria, e nesse sentido questiona se profissionais da área econômica, que não sejam jornalistas, são capazes de apresentar um texto com informações precisas e de forma clara e inteligível ao leitor comum. Além disso, observa que o repórter deve dominar o assunto tratado, e mostra opiniões diversas sobre a especialização na área econômica. Como complemento, apresenta resultado de pesquisa exploratória realizada com leitores comuns, no qual são comparadas matérias econômicas de jornais distintos, com a mesma pauta, mas escritas de maneiras diferentes. Os resultados comprovam que a matéria escrita de forma mais simples, que traz o tema discutido para o contexto do leitor e que usa recursos visuais para facilitar o entendimento teve receptividade maior, mesmo apresentando texto mais extenso.

Palavras-chave: Jornalismo. Economia. Leitor comum. Análise.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. A matéria apresentou informações que ajudaram a tomar decisões	21
Gráfico 2. A matéria apresentou recursos que facilitaram o entendimento	21
Gráfico 3. Relevância do tema (importância no dia-a-dia).....	22
Gráfico 4. A matéria usou siglas e termos técnicos que dificultaram o entendimento	22
Gráfico 5. A matéria ajudou a calcular custos e benefícios antes de tomar decisão	23
Gráfico 6. A matéria foi escrita de forma clara e objetiva, e a leitura agradável.....	23
Gráfico 7. Percepção se o autor tem domínio do conteúdo	24
Gráfico 8. O autor transmitiu o conhecimento de forma Compreensível.....	24

SUMÁRIO

I. Introdução.....	08
I.1 Apresentação do Tema.....	08
I.2 Justificativa	08
I.3 Problema de Pesquisa.....	09
I.4 Objetivo Geral.....	09
I.5 Objetivos Específicos	09
I.6 Método	09
II. Referencial Teórico	10
II.1 A Economia e o Jornalismo	10
III. Desenvolvimento.....	18
III.1 Metodologia	18
III.2 Análise Técnica das Matérias	19
III.3 Análise da Opinião dos Leitores.....	21
IV. Considerações Finais	25
V. Referências Bibliográficas	26
VI. Apêndices.....	27
VII. Anexos	30

I. INTRODUÇÃO

I.1. Apresentação do Tema

Alguns estudiosos acreditam que não é possível fazer uma substituição dos termos técnicos e específicos da área econômica na cobertura jornalística, pois o significado pode ser alterado e prejudicar o entendimento do conteúdo. Outros defendem a simplificação e até mesmo a tradução desses termos para o público leigo, para facilitar o acesso à informação. Mas como é possível traduzir a linguagem econômica, sem que haja distorções no conteúdo, e de forma que um leigo possa decodificar corretamente a informação?

Considerando a definição de economia dada por Alfred Marshall, “estudo da humanidade em sua vida rotineira” (apud MANKIWI, 2005, p. XIX), observamos que a compreensão das informações econômicas é fundamental para a população, desde que estejam inseridas em seu contexto.

I.2. Justificativa

O estudo do objeto em questão (cobertura jornalística sobre economia) é importante porque trata de um assunto de grande relevância na vida da população. Segundo Mankiw (2005), a economia estuda os hábitos dos consumidores, o modo como a sociedade administra seus bens, e oferece informações que permitem às pessoas serem conscientes do mundo e melhores cidadãs. Conhecer e entender economia não devem ser privilégios de poucos, e é função do jornalista econômico transmitir, de forma clara e objetiva, as informações necessárias para tal.

Sobre o jornalismo econômico, Kucinski (1996) diz que “trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística”, desde que voltado para as necessidades do leitor. É fundamental que o conteúdo da matéria esteja ligado à realidade do leitor. Ainda para Kucinski, a dicotomia entre público leigo e especializado é um dos maiores problemas na redação das matérias econômicas.

A partir desses conceitos, este trabalho apresentará uma análise detalhada sobre matérias de economia apresentadas pelos jornais Correio Braziliense e Folha

de São Paulo, com um tema comum definido, visando identificar o grau de adequação de suas coberturas (linguagem) à realidade do cidadão/leitor comum.

A análise das matérias de economia, juntamente com sua exposição ao público leigo, deverá explicitar o que precisa ser modificado para que o texto possa ser entendido e assimilado. A partir dessas análises, novos estudos poderão ser depreendidos e os resultados poderão acarretar melhoras ao jornalismo econômico.

I.3. Problema de Pesquisa

As matérias de economia relacionadas do Correio Braziliense e Folha de São Paulo foram apresentadas de forma compreensível ao público leigo?

I.4. Objetivo Geral

Investigar se os jornais Correio Braziliense e Folha de São Paulo apresentaram sobre o tema definido, matérias econômicas compreensíveis ao público leigo.

I.5. Objetivos Específicos

1. Analisar a importância das matérias de economia e sua relação com o leitor comum
2. Verificar a contextualização das matérias, sob a ótica do leitor
3. Propor soluções para as possíveis distorções no entendimento do conteúdo

I.6. Método

Este trabalho usará método de pesquisa bibliográfica, para atender os objetivos de analisar a importância das matérias de economia no dia-a-dia do cidadão e propor soluções para as dificuldades de entendimento; pesquisa documental para atender o objetivo de verificar a contextualização das matérias, e pesquisa primária para atender os objetivos de propor soluções para as dificuldades de entendimento e verificar a contextualização das matérias econômicas.

II. REFERENCIAL TEÓRICO

II.1. A Economia e o Jornalismo

Antes de analisar o jornalismo econômico, é necessário primeiro conhecer os fundamentos básicos da economia, e a importância da aplicação desses princípios no dia-a-dia dos cidadãos.

Na visão do jornalista Bernardo Kucinski,

A economia é um sistema complexo, repleto de contradições e paradoxos. Por que há tanto desemprego? O que causa a inflação? Por que a mera troca de mercadorias pode criar riqueza? Por que ainda há tanta miséria, se é cada vez mais fácil produzir bens e alimentos? Muitos desses paradoxos devem-se ao fracasso político do homem. Outros são intrínsecos à economia. (KUCINSKI, 1996, p. 11)

O economista Francisco Mochón (2007), diz que falar de economia é basicamente tratar de assuntos relacionados às escolhas da sociedade. Raciocinar economicamente é avaliar as opções possíveis antes de decidir, uma vez que não é possível produzir todos os bens que a sociedade necessita. Economia é, portanto, o estudo de como a sociedade administra seus recursos escassos para produzir bens e serviços. Mochón diz que “todas as sociedades deparam com a escolha e, portanto, atuam no contexto da economia”.

Gregory Mankiw (2005) define economia como “aquele que administra um lar”, baseado na tradução do termo grego que dá origem à palavra. Ele explica a relação entre a definição dada e a economia.

Uma família precisa tomar muitas decisões. Precisa decidir quais tarefas cada membro desempenha e o que cada um deles recebe em troca: quem prepara o jantar? Quem lava a roupa? Quem pode repetir a sobremesa? Quem decide que programa sintonizar na TV? Em resumo, cada família precisa alocar seus recursos escassos a seus diversos membros, levando em consideração as habilidades, esforços e desejos de cada um. (MANKIW, 2005, p. 3)

Mankiw analisa as tomadas de decisão da sociedade, os modos de interação e o funcionamento da economia em dez princípios básicos, que servem de pauta para os jornalistas, e serão aqui rapidamente abordados.

Princípios básicos de economia (segundo Mankiw):

1º - As pessoas enfrentam *trade offs*: *Trade off* nada mais é do que “um dilema na hora de tomar uma decisão. Isso acontece porque, no mundo, ‘nada é de graça’, ou seja, para se obter uma coisa é preciso abrir mão de outra, o que gera conflitos e indecisões” (MONTELLA, 2003, p. 3). Portanto as pessoas precisam, diariamente, tomar decisões difíceis. A decisão acertada dependerá do conhecimento que se tem acerca das opções disponíveis.

2º - O custo de alguma coisa é aquilo de que você desiste para obtê-la: sempre que se toma uma decisão, deve-se levar em conta os benefícios e as perdas consequentes. É preciso analisar calmamente qual decisão trará maior custo benefício (investimento e retorno).

3º - As pessoas racionais pensam na margem: as decisões devem ser tomadas levando em consideração o que se pode fazer além do previsto. Pensar nos ajustes é necessário antes de tomar uma decisão.

4º - As pessoas reagem a incentivos: a comparação entre custo e benefício é determinante na tomada de decisão.

5º - O comércio pode ser bom para todos: a concorrência é saudável para todas as partes. Concorrentes não são necessariamente adversários.

6º - Os mercados são geralmente uma boa maneira de organizar a atividade econômica: o controle absoluto do comércio pelo governo demonstrou ser ineficiente, terminando em colapso. Atualmente os países trabalham com economias de mercado, fortalecendo o livre comércio.

7º - Às vezes os governos podem melhorar os resultados dos mercados: o governo pode ajudar o bom funcionamento da economia de mercado, promovendo eficiência e equidade.

8º - O padrão de vida de um país depende de sua capacidade de produzir bens e serviços: a produtividade de um país determina o padrão de vida de sua população. Quanto maior a produção por hora de trabalho, mais elevado o padrão de vida.

9º - Os preços sobem quando o governo emite moeda demais: a inflação, aumento generalizado dos preços, resulta, entre outras causas, do aumento na quantidade de moeda. O valor da moeda é inversamente proporcional à quantidade de moeda em circulação.

10º - A sociedade enfrenta um *trade off* de curto prazo entre inflação e desemprego: eventualmente as políticas econômicas decidem entre diminuir a inflação e aumentar o desemprego, ou diminuir o desemprego e aumentar a inflação. É a chamada curva de Phillips.

Esses princípios ajudam a fazer uma análise, mas não resumem a economia. Rossetti cita ainda outros grandes temas de que se ocupa a economia, também abordados pelos jornalistas: escassez, emprego, produção, agentes, trocas, valor, moeda, preços, mercados, concorrência, remunerações, agregados, transações, crescimento, equilíbrio e organização.

Acredito que todos deveriam estudar as ideias fundamentais que a economia tem a oferecer. Um dos objetivos da educação generalista é dar às pessoas informações sobre o mundo e, com isso, torná-las melhores cidadãos. O estudo da economia, como o de muitas outras disciplinas, atende a esse objetivo. (MANKIWI, 2005, p. VII)

Considerando a importância da economia na vida diária das pessoas, é papel do jornalista manter a população informada sobre as atividades econômicas. Para analisar as técnicas adotadas pelo jornalismo econômico, é preciso entender sua origem, como surgiram as primeiras matérias e o impacto que tiveram na sociedade.

Segundo Basile (2002), esse ramo do jornalismo teve início no Brasil na década de 60, logo após o término do império de Chateaubriand, quando a imprensa se modernizou e os jornais começaram a pautar economia.

Para Suely Caldas,

O jornalismo econômico tem a mesma idade da imprensa. Não há registro de um jornal sem notícias ou fatos econômicos... O jornalismo econômico não nasceu com a ditadura militar de 1964, como afirmam alguns. Embora tenha sido naquele período que ele realmente passou a ganhar relevo, importância, prestígio, forma, organização e, dentro das estruturas das redações, uma editoria própria. (CALDAS, 2003, p. 11)

O regime militar também contribuiu para o aprofundamento da cobertura econômica, pois além da censura derrubar muitas pautas, o deslumbrante crescimento da economia chamava a atenção da sociedade, principalmente das grandes estatais. Segundo Antônio Carlos de Godoy, que trabalhava na revista *Visão*, “o sucesso da economia naquela fase, com o aumento das taxas de crescimento, obviamente acabou se refletindo na imprensa. Então, apareceram

grandes jornalistas econômicos...” (apud RESENDE, 2005, p.147). Nessa época começaram a aparecer na mídia economistas e administradores para explicar os índices econômicos e suas consequências, com muita competência técnica. O problema, segundo Basile, é que estavam “pouco dispostos a discutir as condições sob as quais esse desenvolvimento está sendo obtido, se expressam em uma estranha língua, parecida com o Português, mas ininteligível para a população. Era o *economês*”.

A junção de economia e política tornava-se cada vez maior, confundindo ainda mais o público leigo. Para os que entendiam o “*economês*” explicado pelos técnicos, ou sabiam dos bastidores do governo era fácil interpretar o cenário político-econômico, e prever soluções ou problemas futuros. Mas para a grande massa, a quem nunca foram traduzidos os termos tão distantes de sua realidade, era impossível. Surgiu então uma disfunção no jornalismo, que se preocupava em pautar a política com economia, e vice-versa. A má formação dos jornalistas prejudicou ainda mais o entendimento das matérias econômicas. Nesse momento, ganharam destaque os veículos especializados em economia, como a *Gazeta Mercantil*, as revistas *Exame* e *Expansão*, e as editorias de economia dos grandes jornais, como a *Folha de São Paulo* e o *Estado*.

Ao mesmo tempo, segundo Kucinski,

[...] houve, no entanto, uma benéfica expansão do jornalismo de serviços, nascido dos desdobramentos da crise do “milagre econômico” dos anos 70. Primeiro, com a alta do petróleo; depois, com as greves operárias, e a profunda recessão dos anos 80, marcada pelos saques a supermercados; finalmente, a alta dos preços. A inflação alimenta o jornalismo de serviços, voltado aos problemas econômicos e financeiros de seus leitores e classe média, tais como prestações da casa própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística. (KUCINSKI, 1996, P. 16)

A linguagem simples e as informações de serviço e utilidade pública oferecidas por esse jornalismo facilitaram o acesso de um público que antes não se identificava com a economia. Todos se interessavam em saber se o combustível iria aumentar, se as compras no mercado saíam mais caras que no mês anterior, se as prestações escolares seriam reajustadas. Mas esse não era o tipo de jornalismo pretendido pelos veículos, e nem pelos próprios jornalistas. Segundo Caldas, os

repórteres de economia eram destaque nas redações, e às vezes recebiam maiores salários.

Com o crescimento e sofisticação do mercado financeiro nos anos 70, os empréstimos externos em “petrodólares” e a presença constante do Fundo Monetário Internacional (FMI) no país, o noticiário econômico passou a conviver com uma fartura de expressões estrangeiras e a incorporar jargões usados pelas fontes de informação, mas desconhecidas do leitor comum. [...] Junto com outras tantas do gênero, essas expressões passaram a proliferar no noticiário de economia, sem que houvesse a devida preocupação da parte dos jornalistas de traduzi-las para seus leitores. (CALDAS, 2003, p. 29)

Kucinski (1996) também comenta a linguagem do jornalismo econômico. Ele cita como um dos maiores problemas na hora de redigir a matéria, a dicotomia entre os públicos: um especializado e o outro leigo. As fontes para o jornalista especializado em economia transmitem a informação técnica, com jargões e expressões entendidas apenas no meio econômico. Se o repórter não sabe como traduzir essas informações, provavelmente se esconderá atrás do “economês”. Para Ivo Ribeiro, o jornalismo econômico “precisa vencer a barreira da chatice, do texto pesado e longo, do excesso de jargões técnicos e, muitas vezes, da falta e informação” (apud VILAS BOAS, 2006, p.110). Pedro Cafardo, editor de economia da *Folha de São Paulo* na década de 70, sobre o colega de redação, o economista Eduardo Matarazzo Suplicy, disse que “Suplicy escrevia todo dia e dava aulas de economia pra gente. O Suplicy é um belo economista, mas o texto dele era difícil...” (apud RESENDE, 2005, p. 374).

Quintão diz que essa linguagem tecnocrática, aplicada nos jornais, se aproxima de um complexo dialeto sócio-político desenvolvido por Greimas, conhecido por Socioleto.

Esse quase-socioleto está caracterizado pelo uso de dezenas de palavras que pouco ou nada significam para o público leitor e que por isso tornam também a leitura do texto de Economia excessivamente hermética e elitista. Entre essas palavras do cotidiano do Jornalismo Econômico estão: insumo, modal, retaliação, insolvência, lucratividade, mutuário, debênture, flutuação, subscrição, sobretaxa, pressão altista, franquias, realimentação, redesconto, meios de pagamento [...] correção cambial, base monetária, expurgo, e dezenas de outras expressões e categorias econômicas. (QUINTÃO, 1987, p. 102)

Calais lembra que o objetivo principal do jornalista é o leitor, e que por isso “é preciso traduzir, explicar, fazer-se entender, atingir todos os leitores... o papel do

jornalista tem de ser muito maior do que meramente informar” (apud VILAS BOAS, 2006, p. 65).

Para Resende, saber muito de economia não significa ser um bom jornalista. O autor cita diversos exemplos de economistas brilhantes, mas que não conseguiam escrever um texto bem feito, porque tinham apenas o conhecimento. É preciso também desenvolver a técnica.

Nesse sentido, Silvia Araújo observa que o repórter deve escolher as fontes que melhor exemplifiquem os conceitos, e que a relação entre o conhecimento e a técnica de redação deve ser cautelosa.

De aprendiz a mestre em um piscar de olhos. Essa é uma das armadilhas reservadas aos profissionais da área. Como tudo não são apenas pedras no caminho, os problemas vão se resolvendo a cada divulgação do BC (Banco Central), e, quando o jornalista se dá conta, praticamente já está falando aquela língua que lá no começo achava estranha. Nesse momento, aciona-se um sinal de alerta. É preciso ter em mente quem vai consumir suas informações: as próprias fontes (pessoas e documentos) do repórter ou o cidadão comum? É fundamental ter o conceito em mente e primordial explicá-lo de forma que não restem dúvidas de que você cumpriu o objetivo de se fazer entender pelo maior número de pessoas possível. (apud VILAS BOAS, 2006, p. 29)

Para Marcelo Mota, o jornalista é responsável por mostrar às pessoas o funcionamento da economia. Diz que não existe pergunta burra, e orienta o repórter na hora de escrever o texto.

Para o jornalista, por mais contraditório que pareça, é até bom conservar algum desconhecimento. De certa maneira, isso o torna mais eficiente na tradução das dificuldades do mercado para a maioria dos leitores. O que ele precisa ser, muitas vezes, é um leitor qualificado o bastante para poder dizer: “Se eu não entendi, muita gente não vai entender”. (apud VILAS BOAS, 2006, p. 36)

Kucinski diz que só é possível alcançar a clareza se o jornalista tiver o domínio do conteúdo. Caso contrário, se tentar simplificar ou exemplificar termos dos quais não tenha entendimento, poderá piorar a situação.

Só quando se conhece o conceito é possível simplificar e usar metáforas ou imagens, sem comprometer a precisão da informação. (...) A mente humana não é um conjunto de percepções primárias estanques ou ideias naturais e sim operações estruturadas que definem significados por meio de diferenciações e comparações entre termos. A mente cria significados pela via da distinção, da diferenciação. Daí a grande importância na escolha das palavras certas, de maior potencial de diferenciação e de sua articulação em frases fortes, expressivas. (KUCINSKI, 1996, p. 169)

Quintão (1987) concorda que em alguns momentos, na tentativa de simplificar a informação, o jornalista deixa o texto ainda mais confuso. Em outros casos, diz que alguns textos não são compreendidos nem mesmo pelos próprios economistas, quando o discurso é excessivamente acadêmico. Ele apresenta como outro problema do jornalismo econômico o uso excessivo de siglas. Para ele, “elas se multiplicaram por todos os setores da economia, reprodução que termina por ter enorme reflexo sobre o texto jornalístico”.

Caldas orienta quanto ao uso de siglas e jargões.

É comum que fontes de informação usem siglas, códigos e termos técnicos para expressarem o que desejam. Elas podem fazer isso, mas o jornalista não tem direito de repassar ao leitor o pacote embrulhado que recebeu. Quando não entender o significado da sigla, desconhecer o sentido da expressão técnica, não se envergonhe: pergunte. O informante vai achar natural a desinformação, mas nunca transfira ao leitor o que você não foi capaz de assimilar. (CALDAS, 2003, p. 87)

Ela ainda defende a especialização dos repórteres, para que os textos saiam mais rápido e fluentemente. Além disso, defende o uso de recursos que facilitam o entendimento do texto, como tabelas, infográficos e quadros estatísticos, e diz que o jornalista deve interpretar as matérias, traduzir o texto para uma linguagem mais simples e se colocar no lugar do leitor.

Quanto aos cursos técnicos e a especialização, defendida por Caldas, Quintão apresenta opiniões adversas.

Alguns jornalistas defendem esses cursos como fundamentais para a preparação dos repórteres de economia, considerando-os um instrumental novo e essencial para o exercício da profissão na área; outros entendem que eles servem para legitimar o sistema econômico concentrador de rendas e alienante em vigor. (QUINTÃO, 1987, p. 101)

Para Calais, a especialização do repórter o ajuda entender melhor a economia. Ele diz que é preciso se aprofundar bastante para saber como explicar os termos, tão abstratos, ao leitor. Afinal, “não se enxerga um superávit primário; não se conversa com um déficit público; a taxa Selic não está a venda na loja da esquina” (apud VILAS BOAS, 2006, p. 64).

Finalmente, Ivo Ribeiro observa a importância de se buscar a isenção e o interesse público na hora de escolher o tema e escrever a matéria econômica, e que

o jornalista deve cuidar para não escrever matérias que atendam a interesses particulares.

Talvez, o jornalismo econômico brasileiro, e até de outros países, careça atualmente de maior humanização. Histórias com personagens e bem contadas. Afinal, são as pessoas que fazem as coisas acontecer. Uma fábrica de resinas, uma usina de aço ou de alumínio, uma loja da rede Pão de Açúcar ou da multinacional americana Wal-Mart, um porto, uma ferrovia, o ministério de Minas e Energia: todos têm atrás de si pessoas. E essas pessoas tomam as decisões que, muitas vezes, mexem com a vida de muita gente. (apud VILAS BOAS, 2006, p.110)

III. DESENVOLVIMENTO

III.1. Metodologia

Para verificar a contextualização e a compreensão das matérias econômicas publicadas nos jornais *Folha de São Paulo* e *Correio Braziliense*, pelo leitor comum, a partir de estudo exploratório, foram analisadas matérias com a mesma pauta (gasto do consumidor brasileiro é maior que a renda familiar) e publicadas no mesmo dia, 10/05/2011, em ambos os jornais. As matérias foram escolhidas, dentre as várias analisadas, devido à relevância e atualidade do tema.

A análise foi realizada em duas partes. A primeira uma análise técnica, feita pela autora, com base no referencial teórico já apresentado neste trabalho. A segunda reflete a opinião dos leitores, expressa em questionário aplicado após a leitura das matérias. Para isso, foram criados dois grupos, denominados A e B. Cada grupo continha 20 participantes (12 mulheres e 8 homens), todos leitores de jornal, com interesse por Economia, funcionários públicos e com idade média de 35 anos. Todos os participantes concluíram, no mínimo, o ensino médio.

A matéria publicada na *Folha de São Paulo*, no caderno mercado / commodities, página B7, intitulada “Gasto familiar volta a ultrapassar renda. *Situação não ocorria desde 2005; em 2010, renda familiar teve alta de 13%, enquanto gasto subiu 16%*” foi entregue ao grupo A (anexo 1). O grupo B recebeu a matéria do *Correio Braziliense*, “Brasileiro já deve mais do que ganha. *Estimuladas pela farta oferta de crédito, 53% das famílias têm dívidas que extrapolam seus rendimentos. Segundo especialistas, a prioridade deve ser equilibrar o orçamento e poupar para consumir mais tarde*”, publicada na página 8 do caderno Economia (Anexo 2). Na pesquisa, foram retiradas das matérias a data, página e nome dos jornais, para que os participantes não identificassem os veículos (Testes às cegas).

Após a leitura das matérias os grupos responderam ao mesmo questionário, composto por afirmativas que visavam avaliar a linguagem usada, a contextualização das informações, os conceitos econômicos transmitidos e o uso de recursos gráficos. Os participantes tinham a opção de discordar completamente, não concordar nem discordar, ou concordar completamente. Os questionários foram aplicados no dia 18/05/11, às 10h, no local de trabalho dos participantes. As

respostas foram transcritas para uma tabela, e os resultados foram analisados em dados percentuais. Tanto a tabela quanto o questionário encontram-se no Apêndice.

III.2. Análise Técnica das Matérias

A matéria publicada na *Folha de São Paulo* não apresenta cobertura aprofundada sobre o assunto tratado, analisa a situação das famílias brasileiras de um modo geral, e indica as regiões onde houve maior endividamento. Percebe-se, pela leitura da matéria e pelo intertítulo “Varejo em São Paulo”, que o foco é o mercado, e não o leitor comum. Foi criado um box na matéria, sobre o fim do uso de sacolas plásticas em supermercados, no qual a fonte é o Presidente da Associação Paulista de Supermercados – Apas, entidade que solicitou a pesquisa Tendências do Consumidor, que originou a pauta da matéria. Apesar de não ter sido conveniente usar no box um tema não diretamente relacionado à matéria, tratava-se de assunto interessante ao leitor, mas a informação mais importante só foi dada no último parágrafo – o custo das novas sacolas, retornáveis ou biodegradáveis, que será repassado ao consumidor.

Outro aspecto a ser observado foi o uso excessivo de números em porcentagens, o que tornou a leitura do texto um tanto cansativa. Dos doze parágrafos constantes na matéria, apenas três não continham dados percentuais. Além disso, algumas expressões usadas pela repórter como “excesso de oferta ao crédito” e “medidas de restrição ao crédito”, podem prejudicar o entendimento do texto, pois não há menção sobre o funcionamento e nem quais foram essas medidas. A repórter também cita resultados apurados pela empresa Kantar Worldpanel, mas não apresenta a empresa ao leitor nem fornece dados para que o leitor identifique a empresa, prejudicando, de certa forma, a credibilidade da informação.

É informado na matéria que os gastos das classes D e E superaram os gastos das classes A e B, além de serem apontados os produtos que ocasionaram esse crescimento, mas poderiam ser mencionados os critérios usados para essa classificação de acordo com a renda, para que o leitor se identifique como consumidor. Por fim, é citada na matéria a amostragem utilizada na pesquisa, com o número de lares e de pessoas englobados. Não foi entrevistado nenhum consumidor que passasse pela situação exposta na matéria.

A matéria publicada no *Correio Braziliense* ocupou página inteira no jornal, com destaque no título e subtítulo, para chamar a atenção do leitor. Além de representantes da Associação Paulista de Supermercados – Apas, principal fonte da matéria, foram ouvidos outros dois especialistas em economia e relatados dados da Federação do Comércio de São Paulo e também do Banco Central. Foi citada também a empresa Kantar Worldpanel, aqui devidamente apresentada como empresa de pesquisa contratada pela Apas para a realização dos estudos. O enfoque da matéria é voltado para o consumidor, com detalhes sobre os gastos com juros de empréstimos e dívidas com bancos e cooperativas de crédito, e alerta de especialistas quanto aos juros praticados por essas instituições. O uso mínimo de números percentuais, aliado a grande quantidade de valores expressos em moeda (Real), facilita o entendimento do texto, além de favorecer a percepção do leitor quanto às quantias apresentadas.

As repórteres (duas) usaram alguns termos sem explicação que podem prejudicar o entendimento do texto, como por exemplo, a citação de que a alta da taxa Selic foi um dos motivos pelo aumento dos juros pagos pelo consumidor. Poderia ser explicado o que é essa taxa, e como ela interfere em todas as operações bancárias. Também foram usadas aspas com termos técnicos, que poderiam ser transcritas de forma mais clara ao leitor, como no caso da fala de um dos especialistas consultados (um economista): “Por isso, a necessidade de combate à inflação, buscando a convergência para as metas”. A matéria, em geral, aborda o tema com linguagem simples, usa exemplos de problemas próximos à realidade do leitor e aponta possíveis caminhos para resolvê-los, mas não apresenta relato de personagens que tenham enfrentado ou enfrentam situação de endividamento.

Destaca-se na matéria o uso de infográfico, com cores e ilustrações que despertam o interesse do leitor. O recurso apresenta dados sobre os gastos familiares com juros decorrentes de empréstimos e dívidas, a média dos rendimentos e gastos mensais, e traz dicas para que o leitor possa administrar o pagamento das contas e não se endividar.

III.3. Análise da Opinião dos Leitores

Os resultados dos questionários, após serem tabulados, foram calculados percentualmente e informados em gráficos, e serão apresentados a seguir.

Na afirmativa que tratava sobre as informações transmitidas na matéria, que poderiam ser úteis ao leitor na tomada de decisões futuras (Gráfico 1), 60% do grupo B (que recebeu a matéria do Correio Braziliense) concordou totalmente, enquanto o grupo A (que recebeu a matéria da Folha de São Paulo) ficou dividido entre discordo totalmente e não concordo nem discordo (35% cada). O mesmo ocorreu quando afirmado que a matéria apresentou recursos que facilitaram o entendimento do conteúdo (Gráfico 2). O grupo A manteve a porcentagem da afirmativa anterior, enquanto 75% do grupo B concordaram totalmente.

Gráfico 1 – A matéria apresentou informações que ajudaram a tomar decisões

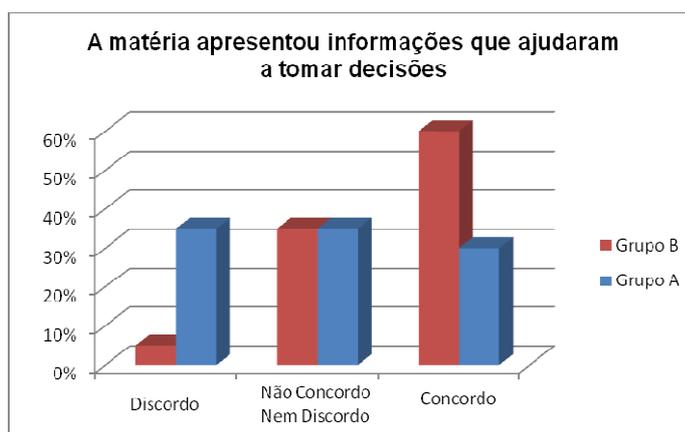
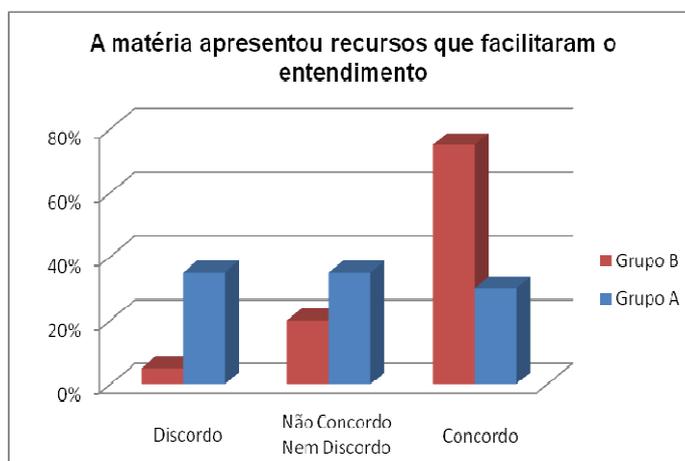


Gráfico 2 – A matéria apresentou recursos que facilitaram o entendimento



Ambos os grupos concordaram com a afirmativa de que a matéria apresentou conteúdo relevante no dia-a-dia (Gráfico 3) (grupo A 50% e grupo B 85%, com 0% de discordância total), e discordaram quanto ao uso de siglas e termos técnicos, prejudiciais ao entendimento (grupo A 55% e grupo B 50%) (Gráfico 4). Na afirmativa de que a matéria contribuiu para analisar os custos e benefícios antes de tomar determinada decisão (Gráfico 5), 45% do grupo A discordaram totalmente, enquanto a maioria do grupo B (50%) não concordou nem discordou. No mesmo quesito, 25% do grupo A afirmou que concorda totalmente, e o grupo B concordou em 30%, o que indica que a matéria do *Correio Braziliense* apresentou dados mais relevantes ao leitor.

Gráfico 3 – Relevância do tema (importância no dia-a-dia)



Gráfico 4 – A matéria usou siglas e termos técnicos que dificultaram o entendimento

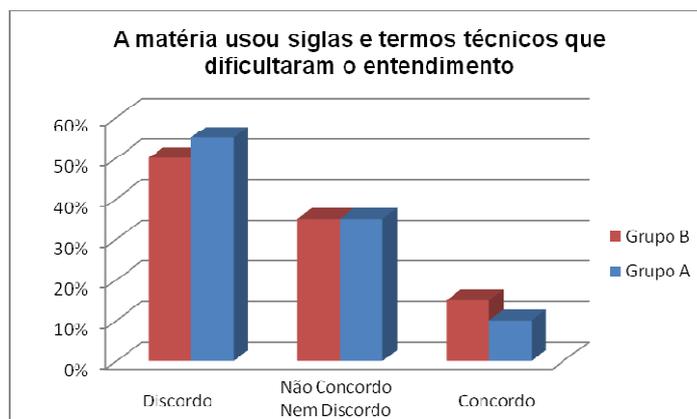
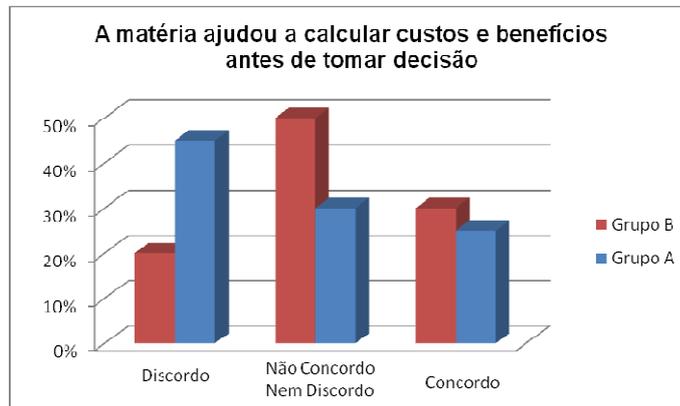


Gráfico 5 – A matéria ajudou a calcular custos e benefícios antes de tomar decisão



Quanto à linguagem usada na matéria, quando afirmado que era clara e objetiva (Gráfico 6), 55% do grupo B concordou totalmente, contra 20% de concordância do grupo A, que discordou da afirmativa em 50%. Isso mostra que a matéria da *Folha de São Paulo* não apresentou linguagem adequada ao leitor comum. Sobre os autores das matérias demonstrarem domínio do conhecimento (economia) (Gráfico 7) e da técnica da redação (transmissão da notícia) (Gráfico 8), o grupo B concordou em 55% e 85%, respectivamente. O grupo A não concordou nem discordou (50% e 40%). Não houve discordância do grupo B quanto à transmissão do conteúdo de forma compreensível pelo autor.

Gráfico 6 – A matéria foi escrita de forma clara e objetiva, e a leitura agradável

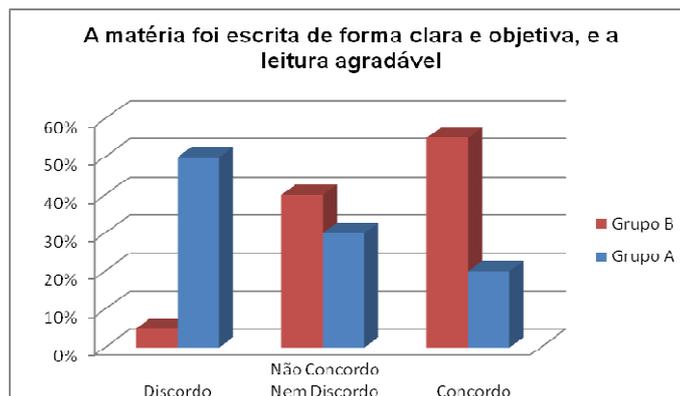


Gráfico 7 – Percebi que o autor tem domínio do conteúdo

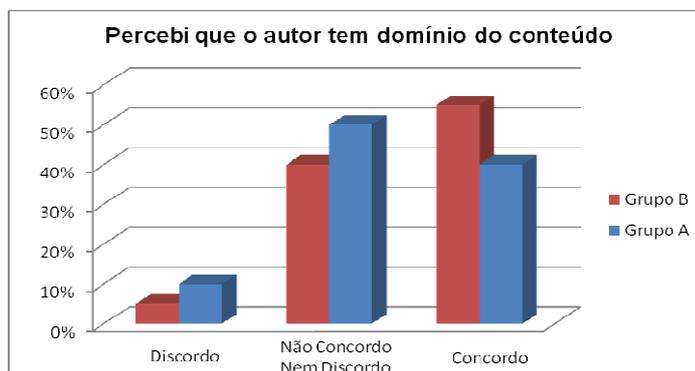
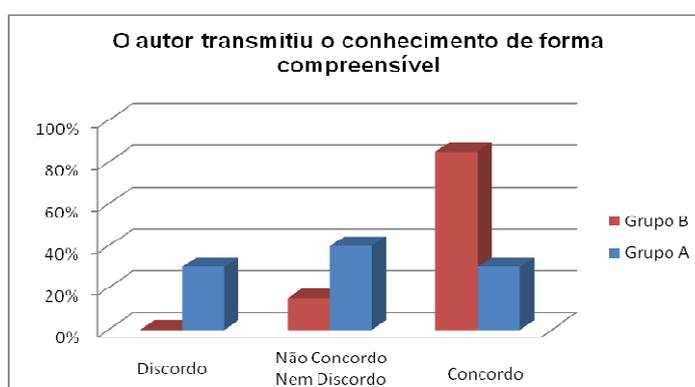


Gráfico 8 – O autor transmitiu o conhecimento de forma compreensível



Conclui-se, portanto, que a matéria publicada no Correio Braziliense mostrou-se mais adequada ao entendimento do leitor comum, em concordância com a análise técnica feita anteriormente. Ressalta-se ainda que os dados mais relevantes para os leitores foram as informações úteis transmitidas pela matéria (60%), o uso de recursos gráficos para facilitar o entendimento (75%), a contextualização do tema (85%) e a forma como foram transmitidas as informações (85%). Já a matéria apresentada pela *Folha de São Paulo* não despertou interesse no leitor, uma vez que a média de opções por não concordar nem discordar foi maior que as outras opções de resposta (36,25%), seguida pela opção de discordar totalmente (34%).

IV. Considerações finais

Após apresentar diversas opiniões de jornalistas e especialistas em economia, sobre a importância do tema, fica clara a relevância das matérias econômicas na vida diária da população. Mas não basta apenas informar os fatos, é preciso explicá-los, trazê-los à realidade do leitor. O jornalista cria essa ponte entre o leitor e a economia, quando transmite a informação de forma clara e compreensível, com abordagem de temas relevantes e contextualizados. Para isso, é fundamental que o profissional entenda de economia, para que possa trabalhar a informação de forma que ela chegue inteligível ao leitor.

A análise técnica e a exposição das matérias ao leitor comum comprovam que é possível transmitir conhecimentos e conceitos econômicos, desde que sejam usados linguagem e recursos apropriados. É importante que o jornalista conheça o público para o qual escreve, para que possa identificar os meios corretos e transmitir a informação de forma precisa. O uso de infográficos, dentre outros recursos visuais, é uma ferramenta que facilita o entendimento da matéria. Consultar e escolher boas fontes, além de traduzir os jargões e termos técnicos, também contribuem para a construção da reportagem econômica.

Este trabalho não analisa a situação da cobertura econômica brasileira, pois apresenta apenas estudo exploratório, com matérias selecionadas de dois jornais considerados de massa. A ampliação desse estudo, com a inclusão de jornais de diversos Estados e pesquisas com leitores de todo o Brasil, seria de grande valia para analisar a contextualização da cobertura econômica atual. Poderiam ser apontadas dificuldades na transmissão das informações, profissionais poderiam ser atualizados com cursos técnicos e de especialização. Também seria útil a realização de pesquisa com o público leitor para saber o que ele gostaria de ler nos jornais, identificar suas dúvidas e medos em relação à economia e buscar soluções práticas para atendê-los. Ficam como sugestões para trabalhos futuros.

Referências bibliográficas

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

CALDAS, Suely. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Contexto, 2003.

HEILBRONER, Robert; THURLOW, Lester. **Entenda a Economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à Economia: edição compacta**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

MOCHÓN, Francisco. **Princípios de economia**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

RESENDE, José Venâncio de. **Construtores do Jornalismo Econômico: Da cotação do boi ao congelamento de preços**. São Paulo: Ícone, 2005.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia**. 19ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

VILAS BOAS, Sérgio (organizador). **Formação e Informação Econômica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2006.

Apêndices

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa exploratória

APÊNDICE B – Resultado das pesquisas

APÊNDICE A – Questionário aplicado na pesquisa exploratória

Este questionário faz parte de pesquisa acadêmica para monografia de conclusão de curso. A participação é voluntária, e os participantes não serão identificados.

As perguntas abaixo são sobre a matéria que você acabou de ler. Em cada questão marque a alternativa que melhor representa a sua opinião.

1. A matéria apresentou informações que me ajudaram (ou ajudarão) a tomar decisões acertadas a respeito do tema:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

2. A matéria apresentou recursos que facilitaram o entendimento do conteúdo:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

3. A matéria me fez perceber a importância do tema apresentado no meu dia-a-dia:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

4. A matéria utiliza siglas e termos técnicos não explicados, que dificultaram o entendimento:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

5. A matéria apresentou elementos que me ajudam a calcular, antes de tomar uma decisão, os custos e benefícios dessa decisão:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

6. A matéria foi escrita de forma clara e objetiva, tornando a leitura agradável:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

7. Pela leitura da matéria, pude perceber que o autor tem domínio do conteúdo:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

8. O autor soube transmitir os conhecimentos de forma compreensível:

(1) discordo totalmente (2) não concordo nem discordo (3) concordo totalmente

APÊNDICE B – Resultado das pesquisas

Resultado das pesquisas						
Afirmativas / Opinião do leitor	Folha de São Paulo (questionário A)			Correio Braziliense (questionário B)		
	Discordo totalmente	Não concordo nem discordo	Concordo totalmente	Discordo totalmente	Não concordo nem discordo	Concordo totalmente
A matéria apresentou informações que me ajudaram (ou ajudarão) a tomar decisões acertadas a respeito do tema	7	7	6	1	7	12
Resultado percentual	35%	35%	30%	5%	35%	60%
A matéria apresentou recursos que facilitaram o entendimento do conteúdo	7	7	6	1	4	15
Resultado percentual	35%	35%	30%	5%	20%	75%
A matéria me fez perceber a importância do tema apresentado no meu dia-a-dia	3	7	10	0	3	17
Resultado percentual	15%	35%	50%	0%	15%	85%
A matéria utiliza siglas e termos técnicos não explicados, que dificultaram o entendimento	11	7	2	10	7	3
Resultado percentual	55%	35%	10%	50%	35%	15%
A matéria apresentou elementos que me ajudaram a calcular, antes de tomar uma decisão, os custos e benefícios dessa decisão	9	6	5	4	10	6
Resultado percentual	45%	30%	25%	20%	50%	30%
A matéria foi escrita de forma clara e objetiva, tornando a leitura agradável	10	6	4	1	8	11
Resultado percentual	50%	30%	20%	5%	40%	55%
Pela leitura da matéria, pude perceber que o autor (a) tem domínio do conteúdo	2	10	8	1	8	11
Resultado percentual	10%	50%	40%	5%	40%	55%
O autor (a) soube transmitir os conhecimentos de forma compreensível	6	8	6	0	3	17
Resultado percentual	30%	40%	30%	0%	15%	85%

Anexos

ANEXO A – Matéria da folha de São Paulo

ANEXO B – Matéria do Correio Braziliense

ANEXO A – Matéria da Folha de São Paulo

Folha de São Paulo | 17 de maio de 2011 | Mercado/Commodities

Gasto familiar volta a ultrapassar renda

Situação não ocorre desde 2005; em 2010, média familiar mensal teve alta de 13%, enquanto gasto saltou 16%

Comprometimento
Alta de 13% da família, segundo pesquisa especializada pelo setor de supermercados

Indicadores
O setor de alimentos é o mais afetado pelo aumento de preços, com a inflação em maio de 2011 atingindo 10,5%. A pesquisa da Supermercados.com.br mostra que o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos ultrapassou a renda média mensal em maio de 2011, após um período de queda em relação ao mesmo mês de 2010. Segundo a Supermercados.com.br, o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos em maio de 2011 foi de R\$ 1.100, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980. Em maio de 2010, o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos foi de R\$ 980, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980. A pesquisa da Supermercados.com.br mostra que o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos em maio de 2011 foi de R\$ 1.100, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980. Em maio de 2010, o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos foi de R\$ 980, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980.

Supermercado
Vai lançar sacola com 25 de janeiro

Indicadores
A Supermercados.com.br lançou a pesquisa em maio de 2011, com o objetivo de avaliar o impacto do aumento de preços dos alimentos no orçamento das famílias brasileiras. A pesquisa mostra que o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos em maio de 2011 foi de R\$ 1.100, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980. Em maio de 2010, o gasto médio mensal das famílias brasileiras em alimentos foi de R\$ 980, enquanto a renda média mensal foi de R\$ 980.

INDICADORES ECONÔMICOS

PIB

Período	PIB (R\$ bilhões)	Variação (%)
2010	2.100.000	7,1
2011	2.200.000	4,8

INFLAÇÃO

Período	Inflação (%)
2010	5,9
2011	10,5

EMPREGO

Período	Emprego (milhões)	Variação (%)
2010	12,5	1,2
2011	12,8	2,4



Supermercados

Supermercado	Preço médio (R\$)	Variação (%)
Supermercados.com.br	110,0	13,0
Carrefour	105,0	12,0
Walmart	100,0	11,0
Lojas Americanas	95,0	10,0

Commodities

Commodity	Preço (R\$/ton)	Variação (%)
Soja	120,0	5,0
Trigo	80,0	3,0
Arroz	60,0	2,0
Algodão	40,0	1,0

ANEXO B – Matéria do Correio Braziliense

Economia

1 - Correio Braziliense - Brasília, segunda, 14 de agosto de 2012

Índice de preços	Preço médio	Salário médio	Salário mínimo	Salário	Capacidade do gado	IGDP	Setorização
IPCA (2005=100)	US\$ 1,360 (A 12/12)	R\$ 1,619 (A 12/12)	R\$ 700	R\$ 2,322	59,36%	11,30%	Indústria: 20,3% Serviços: 7,3% Agricultura: 0,3%

CONJUNTURA / Estimuladas pela farta oferta de crédito, 53% das famílias têm dívidas que extrapolam seus rendimentos. Segundo especialistas, a prioridade deve ser equilibrar o orçamento e poupar para consumir mais tarde

Brasileiro já deve mais do que ganha

de APOLINÁRIO VIANA BARBOSA

O brasileiro tem a fama de gastar mais do que ganha, mas isso não é verdade. Segundo especialistas, a prioridade deve ser equilibrar o orçamento e poupar para consumir mais tarde. O Brasil tem uma dívida pública de R\$ 2,17 trilhões, o que representa 110% do PIB. Isso significa que o Brasil deve mais do que ganha.

Riscos da gastança

Estimuladas pela farta oferta de crédito, 53% das famílias têm dívidas que extrapolam seus rendimentos.

Coloque as contas em dia



• **Ter dívidas não ajuda a pagar as contas.** Se você não tem dinheiro para pagar as contas, não adianta pedir empréstimo para pagar as contas. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



• **Se você tem dívidas, não gaste mais.** Se você tem dívidas, não gaste mais dinheiro. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



• **Se você tem dívidas, não gaste mais.** Se você tem dívidas, não gaste mais dinheiro. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



• **Se você tem dívidas, não gaste mais.** Se você tem dívidas, não gaste mais dinheiro. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



• **Se você tem dívidas, não gaste mais.** Se você tem dívidas, não gaste mais dinheiro. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



• **Se você tem dívidas, não gaste mais.** Se você tem dívidas, não gaste mais dinheiro. Isso só aumenta as dívidas e os juros.



O que tem sido observado é a dificuldade maior do consumidor de obter crédito barato, até para quitar as contas, e o ciclo de inadimplência se tornou alarmante. Acende o sinal vermelho, afirma o economista-chefe do Expert System Investment Bank, Daniel Santos, mas não significa, de fato, que possa fazer uma crise, pois o mercado de trabalho ainda está aquecido e as famílias ainda têm acesso a crédito. O que acontece é a dificuldade de obter crédito barato, afirma o economista-chefe do Expert System Investment Bank, Daniel Santos. "De fato, a capacidade de consumir é reduzida, tornando o consumo mais difícil. Se isso acontecer, as famílias terão um acesso mais difícil ao crédito, mas não haverá uma crise econômica", afirma Santos. Segundo ele, as famílias devem priorizar o equilíbrio das contas, preparando-se para períodos de maior instabilidade econômica e evitar o acesso ao crédito para fazer compras desnecessárias. "O Brasil ainda é muito jovem e está se desenvolvendo, portanto, não deve ter restrições ao crédito", afirma Santos.

Armadilha

Antônio de Jesus, da Masarelli, afirma que o crédito barato é a grande armadilha e não de classe financeira. Caso o consumidor não tenha acesso ao crédito barato, ele não consegue pagar as contas, o que gera uma crise econômica. "O Brasil tem uma dívida pública de R\$ 2,17 trilhões, o que representa 110% do PIB. Isso significa que o Brasil deve mais do que ganha", afirma Santos. Segundo ele, as famílias devem priorizar o equilíbrio das contas, preparando-se para períodos de maior instabilidade econômica e evitar o acesso ao crédito para fazer compras desnecessárias. "O Brasil ainda é muito jovem e está se desenvolvendo, portanto, não deve ter restrições ao crédito", afirma Santos.

Segundo o especialista, antes de gastar, as famílias devem fazer uma "análise prospectiva orçamentária", que significa olhar para o futuro e planejar as contas. Isso significa olhar para o futuro e planejar as contas. Isso significa olhar para o futuro e planejar as contas. Isso significa olhar para o futuro e planejar as contas.

Na análise de Daniel Santos, da Expert System Investment Bank, as famílias devem evitar o acesso ao crédito para fazer compras desnecessárias, pois isso aumenta as dívidas e os juros. "O Brasil ainda é muito jovem e está se desenvolvendo, portanto, não deve ter restrições ao crédito", afirma Santos.