

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE UNI-BH**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – DCC**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

**A QUESTÃO DOS JUROS NO JORNALISMO ECONÔMICO BRASILEIRO:**  
Análise dos editoriais e matérias dos jornais especializados em economia *Gazeta Mercantil e Valor Econômico* sobre as decisões do governo em relação ao controle da taxa Selic

**VANESSA CRISTINA ROCHA TROTTA**

Belo Horizonte  
Dezembro de 2005

**VANESSA CRISTINA ROCHA TROTTA**

**A QUESTÃO DOS JUROS NO JORNALISMO ECONÔMICO BRASILEIRO:**  
Análise dos editoriais e matérias dos jornais especializados em economia *Gazeta Mercantil e Valor Econômico* sobre as decisões do governo em relação ao controle da taxa Selic

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciência da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Sob orientação da Professora Tacyana Arce

Belo Horizonte  
Dezembro de 2005

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	3
<b>1 JORNALISMO: OPINIÃO X INFORMAÇÃO</b> .....	5
1.1 Peculiaridades dos gêneros: Jornalismo Opinitivo e Informativo .....	5
1.2 O papel do editorial .....	10
1.3 Valor/notícia no jornalismo econômico .....	13
<b>2 JORNALISMO E ECONOMIA</b> .....	17
2.1 Consolidação e hegemonia do jornalismo econômico no Brasil .....	20
2.1.1 A especialização em jornalismo econômico.....	26
2.2 O cenário econômico brasileiro .....	28
2.3 A questão dos juros .....	32
2.4 A prática do jornalismo econômico .....	36
<b>3 GAZETA MERCANTIL E VALOR ECONÔMICO: UM ESTUDO DE CASO</b> .....	40
3.1 Características da Gazeta Mercantil e do Valor Econômico .....	41
3.2 A Gazeta Mercantil .....	43
3.2.1 Análise dos editoriais e matérias da Gazeta Mercantil no mês de Maio .....	43
3.2.2 Análise dos editoriais e matérias da Gazeta Mercantil no mês de Junho .....	48
3.3 O Valor Econômico .....	51
3.3.1 Análise dos editoriais e matérias do Valor Econômico no mês de Maio .....	51
3.3.2 Análise dos editoriais e matérias do Valor Econômico no mês de Junho .....	56
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	62
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	65
<b>ANEXOS</b> .....	67

## INTRODUÇÃO

A atual situação da economia brasileira e as ações tomadas pelo Governo Lula se constituem num fenômeno prospectado no jornalismo econômico, que assume a função de informar a todos os cidadãos como este fenômeno se desenvolve e interfere no cotidiano do País e do mundo. Dentre os acontecimentos de ordem econômica que mais afetam a economia e dependem das ações do governo para se consolidarem está o controle dos juros.

A questão dos juros é um tema constante no jornalismo econômico e sempre que sofrem alterações costumam ganhar a primeira página dos jornais, inclusive se tornam alvo de discussões nos seus editoriais. Portanto, este trabalho é resultado da análise de editoriais e matérias publicadas por dois veículos especializados na cobertura de economia. A pesquisa tem o objetivo de verificar se a opinião dos jornais *Valor Econômico* e *Gazeta Mercantil*, em relação à política monetária de controle dos juros exercida pelo Banco Central, extrapola o espaço de opinião e chega às matérias, que deveriam se pautar pela objetividade jornalística.

Com o objetivo de obter um embasamento para a formulação de uma temática de pesquisa foram trabalhados alguns conceitos de autores como Bernardo Kucinski, Filgueiras Quintão, José Marques de Melo, Luiz Beltrão, Mauro Wolf, entre outros. A intenção é partir da análise destes autores sobre os principais aspectos dos gêneros de jornalismo opinativo, informativo e econômico. Destacando também conceitos da própria economia que são trabalhados pelo jornalismo.

No primeiro capítulo, são apresentadas as peculiaridades dos gêneros de jornalismo opinativo e informativo. Num primeiro momento, situa-se como estes dois gêneros se dividiram e quais elementos do jornalismo fazem parte de cada um, como a reportagem, o editorial, a crônica, coluna, etc. Em seguida, são apresentados os artifícios que compõem a expressão opinativa no jornalismo. São trabalhadas também, as principais características do

editorial, sua função no jornalismo e suas classificações. Estes conceitos são baseados nas constatações de Luiz Beltrão e José Marques de Melo. Concluindo o capítulo, são relatados os principais fatores que fazem um acontecimento virar notícia no jornalismo econômico, usando como base os conceitos de Valor/Notícia, do autor Mauro Wolf.

No capítulo 2, *Jornalismo e Economia*, faz-se um breve relato histórico sobre o vínculo entre jornalismo e economia. Logo após este relato, é apresentada a hegemonia do jornalismo econômico e seu desenvolvimento no Brasil, de acordo com a pesquisa realizada por Filgueiras Quintão. É mostrado também como houve a especialização dos jornalistas de economia. Para tratar da economia brasileira, são utilizadas as constatações de Bernardo Kucinski, sobre o balanço de pagamentos e sua influência na economia do País, e de André Lahóz, que fala sobre a questão dos juros. Por último, é abordada a prática do jornalismo econômico no Brasil, que envolve aspectos como a linguagem utilizada, a ética dos jornalistas, as influências recebidas e as limitações da área.

O terceiro capítulo corresponde à análise dos jornais *Gazeta* e *Valor*. De início, são apontadas as justificativas, os objetivos da pesquisa e o método utilizado. As principais características dos jornais analisados são destacadas. A partir daí, parte-se para a análise dos editoriais e matérias selecionados destes jornais. Na análise são revelados os principais argumentos encontrados nas matérias que corroboram a opinião dos jornais, expressa nos seus editoriais.

## **1 JORNALISMO: OPINIÃO X INFORMAÇÃO**

### **1.1 PECULIARIDADES DOS GÊNEROS: JORNALISMO OPINATIVO E INFORMATIVO**

O jornalismo emergiu nas sociedades européias em meados do século XV e desde o seu surgimento ele assume um papel socializante: informar e formar opinião. No contexto histórico em que ascendeu, marcado pelo absolutismo, o jornalismo foi alvo de várias censuras, principalmente, pelo fato de publicar críticas sobre questões políticas da época. Os jornais eram veiculados clandestinamente, não possuíam periodicidade e desafiavam o poder monárquico com as discussões causadas.

O jornalismo nos moldes em que é praticado atualmente, que divulga informações atuais e também contém opiniões sobre a conjuntura política, econômica e social, só ganhou espaço com a ascensão da burguesia ao poder e o fim da censura prévia feita pela monarquia (MELO, 1985).

Portanto, esse modo autêntico de jornalismo se dividiu em duas categorias: jornalismo informativo e jornalismo opinativo. Quando começou a ganhar forma, o jornalismo era completamente opinativo, não procurava relatar os acontecimentos, publicava-se somente a opinião de quem quisesse colaborar. Dessa maneira, a aristocracia da época ficou preocupada com as várias ofensas ao governo, publicadas nos jornais. Então, devido a constante censura feita pela aristocracia, aos poucos, o jornalismo começou a mudar seu padrão para um modelo informativo, que se preocupava com o real relato dos fatos.

O jornalismo de informação era a maneira de se garantir a sobrevivência das publicações inglesas e o pioneiro a praticá-lo foi o jornal *Daily Courant*, de Samuel Buckley. Diferentemente do jornalismo inglês, o francês optava pelo modo opinativo, publicando

comentários polêmicos e levantando debates acerca do cenário político. Esse quadro só se reverteu quando a imprensa norte-americana influenciou a imprensa mundial com o modelo de produção capitalista que transformou a notícia em mercadoria. Assim, o jornalismo informativo tornou-se a categoria hegemônica a partir do século XIX. O jornalismo opinativo não perdeu sua importância, mas teve espaço bastante reduzido nos veículos de comunicação.

Os jornalismo informativo e opinativo, na verdade, constituem os chamados gêneros jornalísticos. Quando Samuel Buckley separou o comentário da informação (*news e comments*), no *Daily Courant*, foi iniciada a formação dos gêneros:

Desde então, a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas, em decorrência das transformações tecnológicas que determinam as suas formas de expressão, mas, sobretudo em função das alterações culturais com que se defronta e a que se adapta a instituição jornalística em cada país (MELO, 1985, p.32).

No Brasil, um dos pesquisadores que se preocupou com a classificação dos gêneros foi o jornalista Luiz Beltrão (1980). Quanto aos gêneros jornalísticos brasileiros, ele os divide em três categorias: a primeira é definida pelo jornalismo informativo, da qual fazem parte a notícia, reportagem, história de interesse humano e a informação pela imagem; a segunda é a do jornalismo interpretativo, composta apenas pela reportagem em profundidade; e por último, a do jornalismo opinativo, em que o editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada, crônica e opinião do leitor são seus elementos principais (MELO, 1985).

Para dividir estas três categorias, Beltrão (1980) se baseia nas funções que o jornalismo exerce para o leitor: informar, explicar e orientar. Para especificar esses gêneros, Beltrão não se ateu apenas às peculiaridades de cada estilo ou construção narrativa, mas partiu da própria *práxis* jornalística. Por exemplo, ao colocar em duas categorias diferentes a reportagem e a reportagem em profundidade, ele distinguiu que, de fato, têm a mesma função e exige as mesmas técnicas de redação e edição, mas podem ser feitas de formas diferentes pelos jornalistas. Na reportagem em profundidade, os jornalistas possuem espaço e tempo

para refletirem, analisarem os fatos e fundamentarem de maneira prolixa sua pesquisa, ir além de um estilo analítico das matérias e notícias do cotidiano.

A nota, notícia, reportagem e entrevista são os elementos que compõem gênero informativo. Editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e cartas fazem parte do gênero opinativo. Porém, antes de discorrer sobre as principais características do editorial, categoria que será analisada nesta pesquisa, é importante saber os “artifícios da expressão opinativa” (MELO, 1985, p.50).

Os *mass media*, através das mensagens jornalísticas que perpetuam na sociedade, funcionam como instrumentos que propagam uma ideologia capaz de influenciar grupos e comover a identidade coletiva no meio de suas próprias contradições. “São portanto veículos que se movem na direção que lhe é dada pelas forças sociais que os controlam e que reflete também as contradições inerentes as estruturas societárias que existem” (MELO, 1985, p.57). Entretanto, o jornalismo cumpre sua função de relatar os fatos, contribuindo para a formação de uma opinião pública e um senso crítico dos cidadãos. Dessa forma, as instituições jornalísticas trabalham para que o relato da realidade nas páginas dos jornais não decorra diretamente dos gêneros utilizados (informativo e opinativo), mas, do próprio sentido que elas procuram retratar (MELO, 1985).

“[...] a expressão da opinião, não tomada naquele sentido de categorização das mensagens que pretendem explicitamente atribuir valor aos fatos, mas compreendida como mecanismo de direcionamento ideológico, corporifica-se nos processos jornalísticos através da seleção das incidências observadas no organismo social e que atendem às características de atual e de novo. Materializa-se através da filtragem que sofrem no processo de difusão, seja através da omissão, seja através da projeção ou redução que experimentam na emissão”. (MELO, 1985, p.58)

Esse processo de filtragem relatado acima pelo autor, que, de alguma forma, conduz a opinião do jornal, é feito por todo um processo que se inicia a partir da linha editorial de um veículo. A linha editorial é uma espécie de definição de critérios para que a

informação seja selecionada e, posteriormente, publicada. Essa seleção implica na visão da empresa jornalística, que decide qual a melhor informação, a que merece maior destaque, e quais outras serão excluídas ou omitidas.

É certo que é muito difícil uma empresa controlar qual jornalista não burla a linha editorial, mas para isto, ela impõe uma estrutura na redação que colabora para o controle. Por exemplo, participam das reuniões de pauta os editores e os chefes de redação e após pronta a matéria, ela ainda é colocada (filtrada) de acordo com a visão do editor.

A seleção das notícias é feita por processos que funcionam como filtros: como a pauta, a cobertura e as fontes. A pauta funciona como um caminho que o repórter deve seguir, porque orienta dispondo as informações e as fontes que irá precisar para fazer a matéria. Logo, a pauta tende a limitar o repórter, já que ele tem de seguir um roteiro pré-estabelecido, o que pode gerar também a falta de um senso crítico para realizar a matéria. A própria matéria pode sofrer uma distorção involuntária, pois os pauteiros ficam na redação, não estão presenciando os acontecimentos.

A cobertura é um fator decisório na seleção de notícias, porque define quais instituições ou setores da sociedade serão privilegiados com um espaço no noticiário. De acordo com Melo (1985), uma constatação é a de que os grandes veículos jornalísticos tendem a legitimar os núcleos do poder junto a sua cobertura. Instituições como a Presidência da República, Congresso, Câmaras, dentre outros órgãos públicos, são fontes oficiais e sempre viram parte dos personagens das reportagens. Outro problema que abrange a cobertura é a falta de ofensiva dos repórteres, que cobrem determinadas áreas, em questionar a informação; eles se contentam com o que lhes foi transmitido de uma forma passiva.

Por último, as fontes também são definitivas no processo de seleção das informações: o tipo de fonte que se usa contribui para dar veracidade e fundamento a reportagem. As fontes usadas pelas empresas jornalísticas são: as fontes próprias, como os

correspondentes, as sucursais e a reportagem local; as fontes contratadas, que são as agências de notícias, geralmente especializadas na cobertura internacional; e as fontes voluntárias se constituem nas assessorias de imprensa que divulgam os *press releases* a fim de promover destaque na mídia para a empresa que assistem.

Os títulos e as manchetes dos jornais também são elementos que surgem da expressão opinativa. Somente pelo fato de uma matéria estar na capa do jornal e virar manchete quer dizer que ele a escolheu e decidiu que aquela é a perspectiva da realidade que leitor deve ter. Os títulos são formulados de maneira que atraia o leitor para o que está escrito naquele jornal. O autor destaca que os títulos e as manchetes se apresentam de duas formas: aqueles que já transmitem claramente um ponto de vista e aqueles que dissimulam o conceito ideológico para atuar como elemento de publicidade do jornal ou da notícia (MELO, 1985). Embora seguindo também os critérios de noticiabilidade, os títulos e as manchetes podem ser formulados de acordo com o interesse de uma instituição jornalística, portanto obedecem aos fatores que caracterizam sua política editorial.

A presença da opinião no jornalismo brasileiro se encontra nos seguintes âmbitos: da empresa, cuja opinião manifesta-se através do editorial do jornal; do jornalista, que pode trabalhar com o comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e artigo para expressar-se; do colaborador, que geralmente é especializado num setor, como o de economia, e relata suas considerações num artigo; e do leitor, que encontra seu espaço para opinar através da carta.

Pretende-se enfatizar aqui somente as características do editorial que está relacionado ao objeto de pesquisa.

## 1.2 O PAPEL DO EDITORIAL

O editorial é um texto opinativo que funciona como porta-voz da empresa jornalística diante de sua posição em relação aos fatos de maior repercussão. Segundo explica Melo (1985), o editorial é um espaço de contradições, pois ele necessita apreender e conciliar os diferentes interesses dos núcleos que compõem a propriedade da instituição jornalística. Portanto, o editorial precisa emitir uma opinião que converge no equilíbrio para as relações da organização e dos acionistas, anunciantes, investidores e, ao mesmo tempo, do Estado, que influencia diretamente os processos jornalísticos.

O editorial é dirigido a toda a sociedade e tem a pretensão de orientar a opinião pública. Mas nem todos os países têm uma opinião pública, ou seja, uma sociedade civil fortemente organizada que se contrapõe ao poder do Estado. No caso do Brasil, o Estado é quem exerce o poder centralizador, então, as empresas jornalísticas, apesar de se dirigirem para a opinião pública, apenas estabelecem em seu editorial uma relação de diálogo com o Estado (MELO, 1985).

Portanto, a percepção de Melo sobre o editorial na imprensa brasileira é que “não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito, significa muito mais um trabalho de coação do Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam” (MELO, 1985, p.80).

A elaboração de um editorial envolve toda a direção da empresa (há algumas que criam um conselho editorial) e depende de um estudo sistematizado dos fatos que irá tratar, fazer a apuração detalhada de dados e seleção de fontes que contribuam para a defesa de sua política editorial.

As principais características do editorial são apontadas por Beltrão e resumem-se a quatro: impessoalidade, pois não se constitui de matérias assinadas, nem na terceira pessoa

do singular; topicalidade, pois os temas tratados são bem delimitados ainda que não tenham adquirido configuração pública; condensabilidade, pois as demonstrações em dados ficam na matéria em que o editorial pega como gancho e dá maior ênfase as afirmações; e plasticidade, pois há flexibilidade, não é dogmático (MELO, 1985).

Mesmo com características como a condensabilidade, que permite ao leitor mais rapidez e entonação dos fatos devido a falta de tempo que possui o destinatário, o editorial não é lido pela maioria dos brasileiros, conforme afirma Melo (1985). Para entender o motivo dessa falta de interesse do leitor, ele se baseia nas afirmações de Alan Viggiano<sup>1</sup>:

Por que o leitor brasileiro recusa o editorial? Alan Viggiano aponta algumas razões: 1) o editorial é massudo – maciço, sem subtítulos, com poucos parágrafos, muito intelectualizado; 2) destina-se a uma determinada classe de leitores – empresários e políticos; 3) não é valorizado – figura isoladamente na superfície impressa, distante das matérias que tratam informativamente dos mesmos temas; 4) não interessa ao leitor – geralmente o tema abordado não diz respeito ao universo específico do público (MELO, 1985, p.83).

Atualmente, mudanças tecnológicas inovaram a diagramação e o conteúdo dos jornais, os editoriais se tornaram menos massudos, diferente do que Viggiano alega, mas os seus principais enfoques não se alteraram. Os interesses do público não são tratados de forma relevante e os temas giram em torno das disfunções e crises do Governo, seja Federal ou Estadual. Embora seja essa a situação vigente, Melo (1985) não vê como um problema específico dos editoriais, pois os jornais brasileiros mantêm uma postura elitista.

Beltrão (1980) classifica o editorial de acordo com cinco variáveis: morfologia, topicalidade, conteúdo, estilo e natureza.

De acordo com a morfologia, os editoriais se dividem em:

- artigo de fundo: é o editorial principal;

---

<sup>1</sup> VIGGIANO, Alan. Crise do Editorial gera desinteresse entre os leitores, *Cadernos de jornalismo e comunicação*, n. 24. Rio de Janeiro: JB, 1970, p. 46-50.

- suelto: é uma pequena análise sobre um fato da atualidade;
- nota: constitui num breve registro de um fato e antecipa suas conseqüências ao leitor.

Quanto a topicalidade os editoriais se dividem em três tipos:

- preventivo: dá enfoque aos aspectos novos que podem provocar mudanças, se antecipa à realidade, apontando situações;
- de ação: delata o impacto de um fato, acompanhando imediatamente sua ocorrência e desenvolvimento;
- de conseqüência: focaliza as repercussões e os efeitos dos fatos, resulta da dedução da realidade.

Referente ao conteúdo, os editoriais podem ser:

- informativo: esclarece os fatos, as idéias ou situações, a partir de aspectos que não foram percebidos na notícia;
- normativo: tem a intenção de exaltar tentando convencer o leitor a atuar em certo sentido;
- ilustrativo: possui a intenção de educar, ampliar o conhecimento do leitor e despertar seu interesse.

No que se refere ao estilo ele é classificado em duas categorias:

- intelectual: é mais racionalizante, apresenta premissas e conclusões para levar o leitor a raciocinar;
- emocional: é sensibilizante, apresenta um texto mais simples.

Por fim, quanto à natureza ele se divide em:

- promocional: coerente com a linha da empresa, acompanha regularmente os fatos marcantes da atualidade;
- circunstancial: é oportunista e imediatista;

- polêmico: assume o papel de contestador e provocador .

O editorial é um gênero do jornalismo mais presente e exclusivo dos jornais, nos outros veículos como na revista, ele é mais comum nos periódicos de política e cultura e servem para promover os assuntos tratados ali, no rádio e na televisão, ele aparece somente quando há acontecimentos que permutam para o conflito social e estes se sentem na obrigação de expressar sua opinião sobre os mesmos (MELO, 1985).

### **1.3 VALOR/NOTÍCIA NO JORNALISMO ECONÔMICO**

A cada segundo, no mundo inteiro, acontece um fato, não importa o quê ou com quem, mas o cotidiano sempre é superabundante em acontecimentos. Diante desses acontecimentos é que entram os meios de comunicação e os jornalistas, afinal, o que pode ser considerado notícia? Qual desses acontecimentos deve-se selecionar para todos conhecerem? (WOLF, 1999).

Os parâmetros que definem o que deve ser notícia ou não estão relacionados com a cultura profissional do jornalista e a política dos órgãos de informação. A notícia, para ser produzida, passa primeiro pela ótica do jornalista, que irá medir se possui relevância ou não. E segundo, pela ótica dos órgãos de informação, que irão veicular tais acontecimentos relatados pelos repórteres (WOLF, 1999).

Para selecionar e estabelecer quais fatos são relativamente mais importantes e interessantes para serem transformados em notícia, foram criados os valores/notícia. Os valores/notícia são componentes distintos que funcionam conjuntamente, como em um pacote, e não fazem parte somente da seleção de notícias, mas de todo o processo de

produção. Eles delinham quais matérias têm maior significação e, por isso, merecem mais destaque, qual reportagem merece um comentário, a posição na diagramação do jornal, etc.

Antes de entrarmos na caracterização dos critérios de noticiabilidade é importante ressaltar que no jornalismo econômico, os valores/notícias se diferem do jornalismo genérico. O jornalismo genérico noticia fatos singulares e personificados, já o jornalismo econômico noticia processos e sistemas como se fossem episódios cotidianos. Por exemplo, o processo de elevação da taxa de juros afeta toda a economia e, por isso, ganha destaque no noticiário econômico (KUCINSKI, 1996).

Os valores/notícias têm um caráter dinâmico, apesar de terem certa homogeneidade, eles mudam com o passar do tempo. Por exemplo, na cobertura de economia a situação econômica atual do país, pode despertar a extensão dos critérios de noticiabilidade para outras teorias econômicas defendidas por especialistas de outro setor ou áreas da economia que não faziam parte do noticiário, mas constituem desdobramento do processo.

As derivações dos valores/notícias podem ser enumeradas em quatro categorias. A primeira é definida por critérios substantivos das notícias, ou seja, diz respeito ao conteúdo do acontecimento que se transformará em notícia; a segunda remete-se aos conjuntos dos processos de produção e informação; a terceira fala da imagem que os jornalistas têm sobre os destinatários e a última refere-se às relações entre os *mass media* existentes no mercado informativo.

Os critérios substantivos baseiam-se nos fatores: a importância e o interesse da notícia. Por exemplo, pode-se partir do princípio de que o grau e nível hierárquico dos personagens da notícia determinam sua importância. O poder institucional do governo, ou da igreja (uma instituição grande e influente na sociedade) ou atos e a vida de pessoas da elite refletem um valor/notícia determinante na produção da informação. No jornalismo econômico, a cobertura das políticas de governo com seus pacotes econômicos é o principal

valor/notícia. O ministro da Fazenda ou o presidente do Banco Central são as principais fontes oficiais do noticiário e seus artifícios para conduzir a economia do país rendem as reportagens de maior destaque.

O impacto sobre a população e sobre o interesse nacional também constitui valor/notícia. Os acontecimentos só são noticiáveis quando significativos, ou seja, devem estar inseridos no contexto histórico e cultural do receptor da mensagem, também quanto mais próximos esses acontecimentos, maior sua relevância. Um exemplo desse valor/notícia no noticiário econômico é o jornalismo de serviços. Hoje, são destaques nos cadernos de economia matérias de utilidade pública como defesa do consumidor, custo de vida, indicadores financeiros, valor dos impostos, taxas escolares, prestações da casa e carro próprios, etc.

Inflação, taxa de câmbio, PIB, taxa de juros, renda per capita, balanço de pagamentos, superávit primário, risco Brasil e muitos outros indicadores, são fontes de informação porque alguma queda ou aumento inadequado deles afeta a economia como um todo. Como consequência chega também a afetar o padrão de vida de todos os cidadãos brasileiros. A elevação da taxa de juros provoca a queda do investimento e da produção, em decorrência disto ocorre também a elevação dos preços, o aumento do desemprego, etc. Portanto, neste caso, não se trata da quantidade de pessoas envolvidas, mas de sistemas que afetam a vida de uma grande quantidade de pessoas (CALDAS, 2003).

A variável importância pode também entrar em contradição com a variável interesse. Por exemplo, hoje nos noticiários, histórias de pessoas comuns passando por situações inusitadas, a vida privada de pessoas famosas, histórias em que se verifica uma inversão de papéis, como o homem que morde o cão e histórias de feitos excepcionais e heróicos elevam a audiência mais do que outras notícias realmente importantes (WOLF, 1999). No noticiário econômico, isto pode ser verificado na cobertura de negócios. Grandes

empresários e suas estratégias de sucesso são personagens constantes de revistas de economia, como a Revista Exame, suas experiências servem de *know how* para outros leitores empresários.

Os critérios relativos ao produto estão ligados à disposição de materiais e as suas características peculiares. A primeira característica desse valor/notícia é a brevidade, “de acordo com um dito jornalístico, as notícias deveriam ser como as saias de uma mulher: suficientemente compridas para cobrirem o essencial e suficientemente curtas para reterem a atenção” (WOLF, 1999, p.206).

A atualidade também faz parte do que se refere ao produto, se possível as notícias devem ser de última hora, contextualizadas com o principais acontecimentos. Também não se deve repetir as notícias: alguns temas já estão “batidos” e não causam repercussão. Outra característica é o equilíbrio na composição do noticiário, onde certos fatos devem ser limitados, uma vez que publicadas muitas matérias sobre um só assunto, corre o risco de ficar pesado para o leitor ou ouvinte.

Portanto, a seleção de uma notícia requer sempre uma análise, embora rápida e inconsciente, de sua real significação, e os valores/notícias dão as rédeas aos jornalistas para que a informação chegue aos leitores, telespectadores ou ouvintes, com qualidade, instantaneidade, conteúdo completo, claro e coerente.

## 2 JORNALISMO E ECONOMIA

Desde o seu surgimento, a imprensa sempre esteve ligada aos fenômenos econômicos que moviam a história. Com a expansão da atividade comercial e a formação das grandes vias de comércio que ligavam a Europa ao Oriente, e mais tarde, à América, as informações começaram a ser difundidas no mundo com mais rapidez e amplitude. Até então, durante a Idade Média, as informações direcionadas a população eram em forma de decretos, proclamações e exortações emitidos pelo Estado ou pela Igreja e, também, pelos relatos oriundos da literatura clássica, crônicas, contos e fábulas dos trovadores, mas que demoravam anos para percorrer toda a Europa.

Num contexto marcado pelo acúmulo de capitais e ascensão da Burguesia, nasceu a imprensa periódica. Não foi por acaso que o primeiro jornal foi criado na cidade de Bremen, na Alemanha, em 1609, pois ela estava situada na rota que interligava o comércio entre o Continente Europeu, o Oriente e a Ásia. Os primeiros jornais eram caracterizados por veicularem notícias relacionadas à acumulação do capital mercantil. Como por exemplo:

[...] uma região em seca, sob catástrofe, indica que certa produção não entrará no mercado e uma área extra de consumo se abrirá, na reconstrução; a guerra significa que reis precisarão de arma e dinheiro; uma expedição a continentes remotos pode representar a possibilidade de mais pilhagens, da descoberta de novos produtos ou de terras próprias para a expansão de culturas lucrativas, como cana-de-açúcar e o algodão. (LAGE, 1999; p. 11)

O principal instrumento utilizado pela burguesia para lutar contra o Absolutismo e conquistar a ascensão foi à propagação dos jornais. Desse modo, o assunto mais discutido nos jornais mudou o foco das questões econômicas de mercado para o debate do quadro e dos fenômenos políticos da época. O custo de um jornal era ínfimo e qualquer pessoa podia

divulgar suas opiniões desde que conhecesse leitores interessados no movimento político que estava se organizando.

Mesmo diante da censura do Estado, os jornais eram disseminados, porém, muitos publicistas e panfletários viveram sob o julgamento de tribunais e sistemas de controles, o que acabou por se extinguir com o impulso da Revolução Industrial. Neste contexto, surgiu um grande mercado de massa para os jornais com o avanço tecnológico que contribuiu para alavancar o mercado editorial jornalístico junto com a publicidade, que custeava a maior parte das publicações, aliado ao fato de que muitos trabalhadores estavam sendo alfabetizados.

Assim, os jornais foram se popularizando e ganhando cada vez mais páginas com vários assuntos. Além de serem divulgados anúncios de bens de consumo e serviços, os jornais continham os folhetins (histórias seriadas), quadrinhos, horóscopos e outras atrações que tinham o objetivo de conquistar a fidelidade do leitor. Portanto, a notícia se fundou como matéria-prima primordial, sendo feita através de um padrão industrial com técnicas de produção, linguagem própria e uma diagramação estável.

O desenvolvimento da imprensa no mundo ocorreu de forma e tempo peculiares em cada país. No Brasil, por exemplo, somente depois de três séculos de história a imprensa oficial foi implantada. A razão da chegada tardia da imprensa está relacionada, principalmente, ao contexto histórico em que o país se encontrava. No século XVII, o Brasil ainda estava sob o as rédeas da Coroa Portuguesa e sua realidade econômica e social sob a condição de colônia, o que não gerava a necessidade da instalação da imprensa. Neste período, a burguesia, principal classe social propulsora do desenvolvimento da imprensa no mundo, também não havia se consolidado no país.

Os primeiros jornais veiculados no Brasil surgiram por volta do ano 1808. A *Gazeta do Rio de Janeiro* foi o primeiro jornal oficial circulado entre os cidadãos brasileiros,

mas nada nele havia de interessante para os leitores, pois divulgava somente notícias sobre a família real. A *Gazeta* foi o primeiro periódico, embora rudimentar, que se aproxima do tipo que hoje chamamos de jornal. Ela era completamente diferente do *Correio Brasiliense*, o outro jornal que circulava na mesma época, mas de maneira ilegal. O *Correio* era feito em Londres, pelo jornalista Hipólito da Costa, e “destinava-se a conquistar opiniões; esta era sua finalidade específica. Mensalmente, reunia em suas páginas o estudo das questões mais importantes que afetavam a Inglaterra, Portugal, e o Brasil, questões velhas ou novas”. (SODRÉ, 1999, p. 22)

O *Correio Brasiliense* se aproximava mais do formato de uma revista doutrinária do que de um jornal periódico, principalmente pelo fato de questionar e criticar as ações dos que administravam a economia política do país. Portanto, a condição econômica foi o fator determinante para o surgimento da imprensa brasileira, que a partir dos questionamentos levantados pelo *Correio Brasiliense* em relação à abertura dos portos brasileiros e as relações de comércio da colônia com outros países sem o aval de Portugal foi-se desenvolvendo e abrindo espaço para a criação de outros jornais.

O *Correio Brasiliense* conseguiu burlar a censura da Coroa Portuguesa e após a Revolução do Porto, em 1820, o jornal passou a circular normalmente pelo Brasil. A partir da revolução, a Coroa não conseguiu mais conter o desenvolvimento da imprensa, que começou a ganhar forças em todo o país, contribuindo para alimentar um clima de emancipação nacional e ideais de Independência.

Desse modo, a imprensa foi o principal instrumento composto para concentrar forças dos que buscavam o progresso econômico, a autonomia e unidade nacional e a liberdade civil. A imprensa se ampliou e se diversificou, muitos jornais foram fundados e muitos também faliram entre 1830 e 1854. As maiores dificuldades dos jornalistas e editores giravam em torno da improvisação, do partidarismo e da dependência do poder político, que,

de certa forma, impunham limites e pressões econômicas a fim de combater opiniões adversas.

Ao abrigo desses conflitos, jornais bem administrados, apoiados em estabelecimentos gráficos que não se limitam à edição diária, e editoras sólidas, de clientela regular, se apresentam como fórmulas industriais duradouras, lucrativas. (BAHIA, 1990, p.43)

É dessa forma que o jornalismo brasileiro foi progredindo e se consolidando, apesar dos problemas políticos e econômicos de cada época.

## **2.1 CONSOLIDAÇÃO E HEGEMONIA DO JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL**

A introdução do jornalismo especializado na cobertura de assuntos econômicos na imprensa brasileira está relacionada com a ascensão do capitalismo em escala mundial e a sua difusão na economia brasileira nos anos 50. Este gênero de jornalismo consolidou-se no Brasil somente na década de 70 do século passado e contribuiu para estimular mudanças ocorridas no país, pois veiculava notícias que alimentavam um desenvolvimento econômico proporcionado pela abertura do capital estrangeiro. Desse modo, conscientizava a sociedade, que estava vivendo sob um regime autoritário sendo excluída das decisões políticas.

Entretanto, antes dessa consolidação, o Brasil já tinha experiência com o jornalismo econômico, que começou a criar raízes com os *Jornais do Comércio*, um grupo de jornais privados, sendo alguns editados pelas associações patronais nos Estados, que faziam a cobertura voltada para as áreas da indústria, comércio e assuntos gerais desde o século XIX. As circulações dos *Jornais do Comércio* se restringiam às regiões onde eram editados e suas principais características eram as publicações de editais de cartório, protestos, atas de assembleias, balanços de empresas ou comunicados de empresas ao público. Entre esses jornais estavam: o *Jornal do Comércio* (fundado em 1827), *Diário Comercial e Monitor Mercantil*, do Rio de Janeiro, *Diário do Comércio e Indústria*, de São Paulo e *Diário do*

*Comércio*, de Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Juiz de Fora e Manaus (QUINTÃO, 1987). Porém, mais tarde, com as mudanças políticas e econômicas, oriundas do Golpe Militar de 64, esses jornais entram em decadência e, também com a tecnologia defasada, começam a perder leitores e clientes comerciais.

As colunas e seções de economia começaram a ganhar espaço na grande imprensa incentivadas pela contratação de um jornalista alemão, o doutor em Economia Frederico Heller, pelo proprietário do jornal *O Estado de S. Paulo*, Júlio Mesquita. Heller começou a escrever uma coluna de economia para o jornal que estava saindo de um processo de censura instalado na ditadura Vargas e passava por uma reformulação editorial. Depois de uma viagem a Europa, Júlio Mesquita conheceu e contratou mais dois jornalistas estrangeiros para fazer a cobertura econômica, são eles os franceses Giles Lapouge e Roberto Appy. Após a contratação desses três jornalistas, no dia 12 de junho de 1949, o *Estado de S. Paulo* lançou o *Suplemento Comercial e Industrial*, um caderno formato tablóide de veiculação semanal contendo 12 páginas.

O *Suplemento* publicou reportagens sobre os acontecimentos econômicos no mundo, a partir de textos analíticos de notícias enviadas por agências internacionais, todos escritos por seus colunistas. Ele adotou uma política editorial defensora da doutrina liberal, anticomunista, e sua edição durou até o ano de 1964.

Por volta de 1950, os jornais *Folha de S. Paulo* e *Última Hora*, também contrataram repórteres voltados para a cobertura de economia. Mas, nessa época, caracterizou-se um jornalismo econômico praticado pelo colunismo (jornalismo de opinião) e ocupava espaço ínfimo nas páginas dos jornais. Inicialmente, foi exercido por jornalistas estrangeiros especializados em economia e, em seguida, por brasileiros com formação econômica acadêmica, mas sem qualquer intimidade com o padrão jornalístico. “Não é um jornalismo marcado, portanto, pela difusão regular de notícias econômicas ou por uma

imparcialidade analítica. Existe uma intenção evidente de influenciar e até orientar a política econômica do país” (QUINTÃO, 1987, p. 52).

O jornalismo econômico começou a se delinear no início na década de 60, com a aproximação do capital estrangeiro, no Governo de Juscelino Kubitschek. A abertura do capital consistia na modernização do parque industrial brasileiro e, portanto, promover o desenvolvimento econômico, para fazer com que o Brasil deixasse de ser exportador de produtos primários e importador de produtos industrializados.

A política de Juscelino deu certo e o país alcançou uma taxa de crescimento da indústria em 16,2% contra 1,1% dos países industrializados, o que fez gerar em toda a sociedade um clima de otimismo. Nesse contexto, os assuntos da área econômica se voltam para o “ufanismo desenvolvimentista, com a retórica nacionalista de defesa ou não do capital estrangeiro, com as questões relativas a exploração do petróleo, às riquezas minerais, à defesa dos produtos primários de exportação, especialmente o café” (QUINTÃO, 1987, p. 59).

Mas esses temas são abordados de maneira que se transformam em fato político. Isto é, como as fontes são os políticos e os partidos, o fato econômico só ganha espaço na imprensa se transformado em fato político. Com isso, os donos de jornais não se preocupam com a especialização de seus jornalistas, que são obrigados a terem outros empregos em razão dos baixos salários.

Somente na Ditadura Militar, em 1964, o jornalismo econômico aparece definitivamente nos moldes em que é feito hoje. O Ato Institucional Nº 5 concedeu autonomia aos militares de intervir na imprensa e passar a controlar as notícias, censurando a publicação de assuntos que não correspondiam com os seus interesses. Em consequência disto, o jornalismo econômico se tornou um instrumento de interesse tanto para os donos dos jornais quanto para os militares. Para os donos de jornais, diante das pressões da censura e da apreensão dos jornais pela polícia, o noticiário econômico serviu para substituir o noticiário

político. Já “para os militares, as editorias de economia representavam um espaço de menor risco, já que se dirigiam a um público específico e que os dados econômicos eram fornecidos por agências oficiais” (ABREU, 2002, p. 21). Assim, na medida em que a editoria de política estava perdendo páginas, a editoria de economia ganhava cada vez mais espaço.

A economia brasileira estava passando por uma fase de crescimento que começou em 1968, quando Delfim Neto assumiu o Ministério da Fazenda. Delfim encontrou a economia em estado de recessão e a política regida pelo Golpe Militar, o que deixou fácil o controle total da economia brasileira.

Com um modelo de desenvolvimento próprio, concentrador de renda, Delfim Neto ocupa os espaços ociosos na Economia, mobilizando os recursos originados na recessão de Campos e Bulhões e agora disponíveis. Com isso a taxa de crescimento do PIB, que está quase zerada, pula rapidamente para 12% em 1970, mantendo-se elevada nos quatro anos seguintes, superando os índices médios de crescimento dos países industrializados. (QUINTÃO, 1987, p.74)

O crescimento econômico desenfreado deu credibilidade ao Governo, estimulado com a propaganda oficial. Esta fase ficou conhecida como o *Milagre Brasileiro*, expressão usada primeiramente por um jornalista do *The Economist*, jornal especializado na cobertura de economia veiculado nos EUA. O *Milagre* passou a ser mitificado pelo Estado e se tornou alvo de reportagens elaboradas pelos grandes jornais, além de artigos, colunas, debates, entrevistas e, principalmente, discussão de intelectuais brasileiros.

Desse modo, o jornalismo econômico foi ainda mais incentivado, principalmente, pelos militares, pois, “tornou-se importante para o governo que a imprensa divulgasse as conquistas e avanços de sua política econômica, já que o desempenho da economia era uma fonte de legitimação política para um regime instalado e mantido pela força” (ABREU, 2002, p.22).

Portanto, a imprensa passou a acompanhar o setor, divulgando os negócios, as cotações das Bolsas, o mercado internacional de capitais e as decisões do Conselho Monetário Nacional. O pioneiro nesse tipo de cobertura foi o encarte do jornal *Correio da Manhã*, chamado *Diretor Econômico*. Composto por 16 páginas, o encarte estimulou o desenvolvimento do jornalismo econômico e o aquecimento dos negócios brasileiros.

O *Diretor* não se compatibilizava com o Governo da época e adotou uma linha editorial crítica, combativa e denunciadora das ações contábeis tendenciosas feitas pelo Governo ou por empresas. Ele tornou a política econômica bastante transparente, o que descontentava os administradores da máquina estatal. Assim, o *Diretor* teve a edição suspensa, porém, acabou despertando outros jornais para o espaço editorial que deixou vago. Dessa forma, rapidamente a cobertura do setor econômico iria ganhar espaço na imprensa e total hegemonia.

Outro importante jornal surgido no contexto do *Milagre* foi a *Gazeta Mercantil*. Diferente do *Diretor*, a *Gazeta* fez uma cobertura voltada para o estímulo do desenvolvimento de uma economia capitalista de livre mercado. Ela nasceu com propósito de cobrir todo o Brasil, sempre diante dos fatos e da notícia:

“[...] a *Gazeta Mercantil* tem a obrigação, como um Jornal de Negócios, de colocar as informações nas mãos dos homens de negócios nas primeiras horas do dia. Dentro dessa ótica, a linha editorial do jornal deixa de ser um privilégio da família Levy e passa a receber influência de um *Fórum*, constituído por um grupo dos mais bem sucedidos empresários, que se tornam seus acionistas, e que se reúnem mensalmente para produzirem idéias, sugestões e críticas sobre temas relevantes. Com isso, o discurso do jornal caminha paralelo à visão de mundo da burguesia, que indica ao jornal a direção a seguir”. (QUINTÃO, 1987, p.81)

A *Gazeta* investiu em tecnologia e introduziu equipamentos que permitiam fazer a transmissão das páginas, fotos e matérias em questão de segundos, o que culminou na criação

de edições no Rio de Janeiro, Belo Horizonte e em Brasília. Ela se tornou o primeiro jornal de cobertura e circulação nacional e também criou uma versão do noticiário da área econômica para a televisão.

Após a *Gazeta*, surgiram também as revistas e boletins especializados em economia, sendo os mais importantes: a *Conjuntura Econômica*, feita pela Fundação Getúlio Vargas, *Mundo Econômico*, *Exame*, *Panorama Econômico*, *Expansão*, *Visão*, dentre outras publicações.

Uma pesquisa realizada por Quintão (1987), comprova o crescimento e a hegemonia do noticiário e análises da Economia Brasileira. Ao analisar as *manchetes* e *chamadas* dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*, no período de 1963 a 1979, o autor constata que eles são evidentes. No final da década de 70, o espaço destinado a Economia chega a ocupar, na primeira página, 21,3% no *Estado de S. Paulo* e 27,4% no *Jornal do Brasil*.

Durante o período analisado, nos dois jornais as chamadas e a manchetes são do setor de Finanças e Tributação, o que “evidencia um esforço da burguesia financeira e estatal no sentido de dar velocidade a reprodução do capital” (QUINTÃO, 1987, p. 165, 166). Nessa mesma época, a imprensa se volta para o movimento das operações financeiras publicando matérias sobre as taxas de juros e os prazos de amortização da dívida externa, todas voltadas para alertar os investidores e especuladores.

As mudanças ocorridas com o fim da ditadura e a volta da democracia fizeram com que a imprensa se adaptasse a nova realidade política do Brasil. Os jornalistas tiveram de aprender a lidar com a transição de um sistema fechado, marcado pela censura, para o sistema livre. Portanto, os jornais passaram a se preocupar em estimular o debate e expor as idéias e, para isso, criaram as editorias de opinião.

“Em 1986, José Sarney assumiu a presidência no lugar de Tancredo Neves e chamou o proprietário da indústria de brinquedos Trol, Dílson Funaro, para ser seu ministro da Fazenda. O debate sobre a desindexação da economia ocupava o centro das preocupações do jornalismo econômico. As linhas de pensamento acadêmico não eram tão divergentes e antagônicas. Todos estavam no mesmo barco, contra os militares. Mas era preciso trazer para as páginas idéias sobre a desindexação, o que fazer com a economia do país. As editorias de opinião passaram a encomendar artigos a economistas, sociólogos, empresários e trabalhadores e organiza-los em páginas específicas”. (CALDAS, 2003, p. 26)

Com a evolução da democracia, a imprensa passou a refletir sobre os fenômenos e a política econômica aplicados no governo do país e, gradativamente, artigos e opiniões de especialistas de fora do jornal foram ocupando as páginas de economia. “Mais ousados e independentes nos comentários sobre as ações do governo, os editoriais também ganharam espaço maior. Hoje, as publicações mantêm equipes de jornalistas nas editorias de opinião com a função exclusiva de planejar, editar, escolher temas, encomendar e selecionar artigos” (CALDAS, 2003, p.27).

Portanto, a hegemonia do jornalismo econômico foi fruto de um fenômeno transformador na imprensa brasileira, movido, principalmente, pela consolidação do desenvolvimento econômico com a ascensão do capitalismo no Brasil. E, hoje, ela é irreversível, pois esse tipo de jornalismo já se consolidou como uma instituição, através de suas editorias, sua linguagem própria e de um discurso peculiar que está presente na linha editorial da grande imprensa brasileira.

### **2.1.1 A ESPECIALIZAÇÃO EM JORNALISMO ECONÔMICO**

O novo jornalismo econômico conseguiu manter o “caráter hegemônico da informação ou da interpretação econômica e financeira de mercado” (QUINTÃO, 1987, p.92). As editorias de economia foram surgindo espontaneamente, de modo que, as primeiras foram introduzidas nos maiores jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo e logo se expandiram para o resto do país.

Essas editorias ganharam destaque e passaram a desfrutar das melhores posições nas empresas jornalísticas: espaço na primeira página e mais páginas internas, além dos salários mais altos serem dos editores e repórteres de economia. A mudança nos jornais brasileiros em função das criações das editorias contribuiu também para surgir uma nova categoria profissional: o jornalista de economia.

Os privilégios das editorias de economia colaboraram também para a reestruturação das redações. O redator-chefe, que era a opinião do jornal, o secretário de redação e o chefe de reportagem, que cuidavam da parte informativa, passaram a dividir suas tarefas com os editores de cada área. Com a divisão das editorias, um repórter comum não podia mais cobrir a área econômica, ele teria de se especializar. Dessa maneira, aconteceu a tecnocratização do jornalista: os profissionais passaram a fazer cursos de noções de Economia oferecidos pelo Governo ou pelo meio empresarial.

A especialização do jornalista de economia fez surgir duas correntes de pensadores no meio jornalístico. A primeira defendia o treinamento do repórter como preparação fundamental para realizar o exercício da profissão. A segunda via a especialização como um instrumento que servia para legitimar o regime político ditador vigente na época e o sistema econômico concentrador de capital.

Entretanto, a especialização favoreceu a cooptação do jornalista. Por exemplo, alguns políticos passaram a ter seus repórteres preferidos, de modo que só concediam entrevistas para alguns jornais, e as empresas começaram a oferecer viagens a jornalistas para cobrirem algum evento importante para elas próprias ou alguma promoção interna. Além de também premiarem os autores das melhores matérias e darem recompensas, agrados e mimos aos profissionais de notícias (QUINTÃO, 1987).

Dessa forma, a informação ficou dividida: a indisposição do Governo em divulgar informações sobre sua política econômica e a vontade de manter a imprensa longe fizeram

com que as informações passassem a ser divulgadas por assessorias de imprensa, através da difusão de *releases*, o uso do *pool* (troca de informações entre jornalistas) e a informação em *off* (sigilosa).

Devido à falta de acesso, houve uma acomodação geral entre os jornalistas da área e somente aqueles que mantinham um relacionamento com as fontes estratégicas é que obtinham a informação em primeira-mão, fato que não mudou até hoje.

## **2.2 O CENÁRIO ECONÔMICO BRASILEIRO**

A economia é um sistema amplo marcado principalmente por contradições. Afinal, de todos os ângulos deste sistema aparecem perguntas sobre seu próprio funcionamento como: Por que o aumento dos juros gera o desemprego? Quais são as causas da inflação? Por que existe tanta desigualdade social se é tão fácil produzir bens, serviços e alimentos? Muitos desses paradoxos estão relacionados ao fracasso político da sociedade, mas outros são peculiares à economia (KUCINSKI, 1996).

A economia brasileira é regida por três paradoxos. O primeiro é marcado pela desigualdade, não apenas social, mas de uma natureza abundante, rica em recursos naturais mal aproveitados, e uma população repleta de indigentes. O segundo se constitui do freqüente estrangulamento econômico por falta de moeda aceita em negociações internacionais, ou, moeda forte, apesar do Brasil apresentar consideráveis índices de exportações. E o terceiro se resume ao fato do país não conseguir acumular capitais suficientes para uma industrialização independente, mesmo possuindo, em certos períodos, altas e prolongadas taxas de crescimento.

Esses três disparates podem ser justificados pelo escoamento da renda brasileira para o exterior em maior quantidade do que o próprio crescimento auto-sustentado da economia.

Este fenômeno pode ser comprovado pelo balanço de pagamentos: uma conta simples que registra detalhadamente as transações monetárias e de mercadorias entre empresas e pessoas estabelecidas no Brasil ou no exterior. Desse modo, uma economia pode ser analisada qualitativamente através da pauta de exportações e importações.

O balanço de pagamentos foi criado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) com o objetivo de prever crises de pagamentos e impedir que, havendo tais crises, os devedores não limitem suas remessas de renda do capital, alterando o lucro, os juros e os dividendos. Ele condiciona os administradores públicos e os economistas a honrarem o pagamento da dívida externa através de seus conceitos operacionais. Por exemplo, no Brasil, o governo estipula uma meta de superávit primário nas exportações correspondente a uma porcentagem do Produto Interno Bruto (PIB) para poder pagar a dívida externa.

Para entender como o balanço de pagamentos é importante para a economia dos países é preciso antes, avaliar fatores como a desigualdade monetária internacional, o subdesenvolvimento, o investimento estrangeiro, o papel do PIB, entre outros fenômenos de ordem econômica, e sua relação com ele.

Começando com a desigualdade monetária internacional, é preciso ter idéia de por que países como o Brasil não têm condições de usar sua própria moeda para negociar com o resto do mundo, e apenas são aceitas nessas negociações moedas como o dólar, euro e iene. Primeiro, porque dois principais atributos tornam uma moeda forte: ter poder de compra estável e aceitação plena em várias operações comerciais. Segundo, porque os países periféricos (como é o caso do Brasil) são palcos de inflações altas e descontroladas, grandes dívidas públicas e externas, são subdesenvolvidos e frágeis política e economicamente.

O balanço de pagamentos se torna um problema nos países periféricos, pois toda a política econômica é dependente de gerar moedas fortes para arcar com encargos financeiros e suprir estragos causados pela hiperinflação, geralmente elevados. Portanto, para conter esses

danos os bancos centrais desses países são obrigados a desvalorizar a moeda, ou elevar os juros, prejudicando ainda mais sua atividade econômica interna.

Para explicar o subdesenvolvimento, é possível enumerar três teorias. A primeira foi elaborada pelo fundador da Comissão Econômica para a América Latina, Raul Prebisch. Para ele, o fato da América Latina ser subdesenvolvida é devido a uma queda no valor das exportações dos países periféricos em relação aos países industriais. Os países industriais são exportadores de produtos secundários e terciários, como tecnologia, e os periféricos exportam produtos primários de grande valor, como as *commodities*, porém com preços bastante oscilantes. Assim, a América Latina é obrigada a exportar cada vez mais para pagar pelos bens que importa.

A segunda teoria foi formulada por Arghiri Emmanuel e se chama *troca desigual*. Ela presume que o comércio entre o centro e a periferia é desigual porque na periferia a mesma quantidade de mão-de-obra é menos valorizada que no centro. Nesta teoria não importam os produtos produzidos, só importa o nível de salário, principal fator diferencial entre países ricos e pobres. E, sendo os detentores da renda e dos meios de produção, os países do centro tomam as decisões se haverá ou não ganhos nas trocas internacionais.

Já a terceira teoria foi elaborada por vários economistas e não tem um autor próprio, ela consiste na *teoria da dependência*, em que os países periféricos, “ao copiar padrões sofisticados de consumo dos países desenvolvidos, apenas aumentam sua dependência, pois esses padrões não são adequados à sua etapa de desenvolvimento” (KUCINSKI, 1996, p.48). No entanto, os países subdesenvolvidos são os que mais apresentam déficits no balanço de pagamentos, pois sua economia é dependente de fenômenos e economias externas.

Outro fator que afeta o balanço de pagamentos é o investimento estrangeiro. Com o advento do neoliberalismo nos anos 80, ele passou a ser considerado a principal porta para o

desenvolvimento econômico, pois, poderia romper o ciclo vicioso da pobreza, impulsionado pela baixa taxa de poupança e o baixo investimento. O capital estrangeiro proporciona o aumento da capacidade produtiva, mas pode causar também a dependência de um país em relação ao outro, porque está ligado ao suporte tecnológico.

Entretanto, sem o investimento estrangeiro as economias periféricas não se desenvolveriam, pois sua modernização industrial vem de vetores como as empresas multinacionais. Como já foi falado, essas economias são potenciais exportadores essencialmente de produtos primários, ou seja, cultivados, como a soja, o café e o algodão. Esses produtos necessitam de máquinas modernas para qualificar a infra-estrutura, gerar agilidade, maior produtividade e, conseqüentemente, obter lucros.

Freqüentemente, o fenômeno que mais se destaca na mídia brasileira é o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). O PIB é muito importante para um país, pois ele mensura o total de bens e serviços de um país num determinado período de tempo. Se o PIB cresce, quer dizer que a capacidade produtiva está em expansão, e também deverá crescer a demanda, o emprego, a renda e o investimento, mas, se ele diminui, significa que a economia está em recessão.

É muito difícil medir o PIB, porque é extremamente complicado calcular toda a produção de um país e a quantidade de serviços. O PIB é medido baseado em fatores como o consumo das famílias, os gastos do governo, o investimento bruto e as exportações de bens e serviços descontadas pelas importações. Por isso, hoje, a política-econômica do Brasil é fazer com que as exportações sejam superavitárias, para que o PIB aumente, atraia investidores e garanta a confiança do FMI. Do mesmo modo que no balanço de pagamentos, no PIB, as exportações têm de se equilibrar com as importações, para haver igual distribuição entre as rendas e os bens disponíveis.

A política monetária e a política fiscal também influem no balanço de pagamentos. Na monetária, por exemplo, a desvalorização cambial acarreta num aumento das exportações, em seguida, no aumento do valor da moeda estrangeira e desestimula as importações. Por essa política, o governo também mexe na quantidade de dinheiro que circula na economia, aumentando as taxas de juros. A alta dos juros causa uma procura maior da moeda por investidores estrangeiros e, com isso, a taxa de câmbio pode aumentar contribuindo para a entrada de capitais na conta do balanço de pagamentos.

A política fiscal pode influenciar no balanço de pagamentos, de maneira que, para restringir a importação de alguns produtos, o governo aumenta os impostos protecionistas. Mas a política fiscal pode diminuir a competitividade no âmbito global, assim, o país perde capital externo. Os altos tributos desestimulam os investidores, fazendo com que a produção caia e aumente o desemprego.

Portanto, a importância do balanço de pagamentos, baseia-se na seguinte condição:

[...] nas relações com o resto do mundo registradas no balanço de pagamentos, mais do que nas relações internas de produção, reflete-se com nitidez a condição subalterna da economia brasileira, seu metabolismo, os principais processos de apropriação das riquezas geradas, os traços que ainda sobrevivem da dependência colonial. Tal é a importância do comércio internacional na formação do novo mundo, que as principais teorias sobre o fenômeno do subdesenvolvimento na América Latina baseiam-se na análise do comércio exterior, do balanço de pagamentos (KUCINSKI, 1996, P.16).

### **2.3 A QUESTÃO DOS JUROS**

Os juros constituem-se num pagamento expresso em percentagem, correspondente a um determinado período de tempo, que um tomador de empréstimos faz ao emprestador em troca do uso de uma determinada quantia de dinheiro, ou seja, correspondem ao custo do

dinheiro. Eles afetam tanto a economia de um País como seus cidadãos, de várias maneiras. Por exemplo, juros altos atraem investidores estrangeiros para fazerem aplicações na moeda local, mas inibem o consumo e a produção e, em consequência, provocam o desemprego, inadimplência, falências, aumento da dívida pública e outros fatores. Já os juros baixos desestimulam o investidor estrangeiro, mas incentivam o investimento produtivo que gera emprego e consumo, facilita a rolagem de dívidas, desafoga o capital de giro das empresas e permite que a dívida pública se estabilize em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) (VASCONCELOS, 1998).

Portanto, cabe ao governo, através de sua política monetária, controlar os juros para que estes afetem a economia de maneira positiva, observando todos os efeitos que a regulação destes exerce sobre os setores econômicos. No Brasil, o controle dos juros é feito por intermédio do Comitê de Política Monetária (Copom), órgão pertencente ao Banco Central (BC). Os integrantes do Copom se reúnem uma vez por mês, durante dois dias, para decidirem em que patamar que deverá ficar a taxa básica de juros chamada Sistema Especial de Liquidação e Custódia (Selic). A especulação nos dias da reunião do Copom é grande devido à vital importância que a taxa Selic tem na economia brasileira, pois as taxas de juros cobradas pelo mercado financeiro são ajustadas pela mesma.

Uma semana após a reunião e a divulgação da decisão do Copom quanto à regularidade da Selic, o próprio Comitê publica uma ata, em que justifica os motivos que o levaram a manter, abaixar ou aumentar a taxa de juros, e os indicadores econômicos que variam de acordo com a taxa, como por exemplo, os índices de inflação. Neste contexto, o jornalismo econômico exerce o papel de relatar as decisões do BC, devido à influência que os juros exercem na economia.

A economia brasileira tem sustentado nos últimos anos a maior taxa de juros do mundo. Desde 1994, os juros reais têm-se mantido acima de 10% ao ano, enquanto a maioria dos outros países opera com taxas de juros em torno de 2% ao ano. Por serem tão altos, os juros alimentam obrigatórias discussões sobre a economia.

Segundo Lahóz (2003), a causa das freqüentes discussões frente ao aumento da taxa Selic está no fato da grande maioria não entender que qualquer banco central do mundo tem a obrigação de subir os juros quando a inflação ameaça disparar. Portanto, o grave, no caso do Brasil, não é o aperto monetário gerado em decorrência do aumento da taxa, mas é a autoridade monetária não conseguir reduzir os juros quando a economia vai bem.

Entretanto, o desafio é entender o que deve ser feito para que os juros abaxem de maneira consistente. Para isso, é necessário separar dois aspectos da questão. De um lado está a taxa básica de juro, que o governo cobra por seus títulos e serve de base para todas as outras taxas cobradas no país. De outro lado, está o chamado *spread* bancário, que é a diferença entre a Selic e o juro pago pelo tomador final. Quanto à taxa básica, importa a macroeconomia, quanto ao *spread*, a microeconomia (LAHÓZ, 2003).

O desequilíbrio das contas do governo é o principal problema macroeconômico do país e causa efeitos diretos sobre a taxa básica de juros. Quando as contas do governo são deficitárias, como é o caso do Brasil, ele é obrigado a se financiar com dinheiro do setor privado, então, sobram menos recursos para as empresas e o preço da moeda sobe.

O desequilíbrio fiscal também causa um impacto negativo, pois faz subir o risco dos empréstimos ao país. Um país que possui uma situação financeira melhor e conseqüentemente não causa problemas, irá conseguir empréstimos mais baratos e com maior facilidade. E neste caso, o Brasil não tem vantagem, pois sua história é marcada por violações a contratos, calotes, moratórias, choques econômicos, e outros fatores que criam um ambiente

de insegurança para os investidores. Portanto, os déficits provocados por anos de descontrole estatal fizeram crescer assustadoramente a dívida pública.

Outro problema que contribui para o aumento dos juros diz respeito ao financiamento externo do país. O Brasil, todos os anos, tem uma série de pagamentos a ser feitos em moeda forte. Como não pode fabricar dólares, o governo tem de fazer com que entre moeda forte no país. A solução é tentar alavancar as exportações e, quando não é suficiente, sobe os juros para atrair investidores estrangeiros.

Portanto, se o governo conseguir avançar tanto na questão fiscal como na externa, conseguirá fazer com que a taxa de juros recue. Mas ainda ficaria faltando resolver a questão do *spread* bancário. Hoje, por exemplo, os juros básicos giram em torno de 22% ao ano, mas o consumidor final chega a pagar taxas de 180% ao ano se tiver de usar o cheque especial. Desse modo, o importante é trabalhar para controlar esta diferença até o tomador final (LAHÓZ, 2003).

De acordo com Lahóz (2003), uma primeira maneira de encurtar essa distância está nas mãos do governo: concluir a reforma tributária. Pois, há vários impostos que incidem nos empréstimos, como o Imposto de Renda, a CPMF, entre outros que se forem somados chegam a 25% do *spread* total.

Há também uma parte considerável do *spread* que abrange custos de administração e o lucro bancário. “Por fim, o *spread* também é muito alto pelo simples fato de que o consumidor brasileiro aceita pagá-lo. Há aí certo mistério. O que leva algumas pessoas a comprar um produto a prazo, pagando juros absurdos, em vez de poupar o dinheiro e compra-lo à vista?” (LAHÓZ, 2003)

## 2.4 A PRÁTICA DO JORNALISMO ECONÔMICO

No exercício da prática jornalística é essencial ver além das aparências do fato, é necessário interpretar, ter uma visão crítica, confirmar e contextualizar os acontecimentos. Por isso, quanto mais conhecimento o jornalista tiver, melhor será o seu trabalho. Ao contrário do jornalismo genérico, o jornalismo econômico não se baseia somente em episódios cotidianos, mas processos e sistemas são objetos de informação e são noticiados como se fossem episódios. Um exemplo disso é uma possível manchete com o título “Crescimento do PIB brasileiro bate recorde”.

O jornalista, ao cobrir determinados setores de informação, deve ter o conhecimento dos mecanismos específicos da concentração de capital do respectivo setor a ser consultado. Contudo, se ele for cobrir o ramo de negócios ou de um grupo de empresas é essencial premeditar que a concentração de capital é uma lei do capitalismo, assim ficará mais fácil de desenvolver o senso crítico. Por exemplo, ele conseguirá entender o funcionamento do setor automobilístico, se souber que “os modelos anuais de automóveis não existem porque todo ano há uma inovação tecnológica que os justifique, mas sim porque essa foi a forma historicamente desenvolvida pelas grandes montadoras para alijar do mercado os pequenos produtores” (KUCINSKI, 1996, p.23). A partir daí, os fatos da reportagem ganham uma lógica.

Em relação à linguagem no jornalismo econômico brasileiro, destaca-se um principal problema que os jornalistas enfrentam. Eles se dirigem a dois públicos bem diferentes: de um lado estão os empresários, especialistas e profissionais do mercado, e do outro a população e os pequenos empresários. Muitas vezes, esse outro lado não entende a linguagem científica e técnica usada por economistas. Desse modo, o grande desafio do jornalista é transmitir as opiniões de economistas e governo ao grande público,

descodificando a linguagem dos economistas sem violar os conceitos criados por ela. Uma boa linguagem jornalística é objetiva, clara, simples e concisa. O bom texto tem expressividade e pertinência, contextualiza os fatos e distingue opinião de informação.

O *economês* é característico do jornalismo brasileiro, ele nasceu da dificuldade dos jornalistas de não entenderem bem o tema tratado e, assim, se protegeram usando os jargões dos economistas e, às vezes, expressões do inglês. Portanto, devido à complexidade da linguagem e dos fenômenos econômicos, o jornalista só pode ser claro no seu texto quando ele próprio entende as situações da economia que deve analisar.

Outra característica do jornalismo econômico brasileiro é a imprecisão da informação. É muito comum interpretar dados e estatísticas de forma errada e confundir dados firmes e provisórios formulados por um instituto de credibilidade, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e outros de agências de baixa credibilidade formulados para atacar o governo ou impressionar a opinião pública.

Nesse contexto, chega-se no conceito de ética no jornalismo econômico. No jornalismo especializado em economia a ênfase é maior nos mecanismo de produção e no processo de acumulação, comum do capitalismo. Seus personagens são as mega-empresas e seu objetivo é a lógica da geração de lucros. No Brasil, essa modalidade de jornalismo é fortemente marcada pelo fato de ignorar o homem, exceto no quadro de prestação de serviços.

Um dos problemas atuais da ética do jornalismo econômico é o deslumbramento do jornalista diante das grandes empresas detentoras do capital e da promiscuidade nas relações com as fontes na aceitação de regalias e presentes. Aqui no Brasil, o principal problema é o da autocensura do próprio jornalista, originária do período da Ditadura Militar. Naquela época, o jornalista limitava a informação a ser fornecida, preocupado em evitar a censura direta realizada pelos agentes do governo. Essa cultura da autocensura permaneceu e, ainda hoje, os jornalistas que rompem o padrão bem comportado divulgando matérias

audaciosas de denúncia são mal vistos ou, até mesmo, boicotados pelas fontes (KUCINSKI, 1996).

A ética também foi afetada pela criação das assessorias de imprensa, trazidas para o país pelas grandes multinacionais. As assessorias causaram a perda da demarcação ética, pois o jornalista que é assessor deve cuidar da imagem da empresa, o que resulta no abafamento de crises que possam ser criadas em torno delas. Além disso, a disseminação das assessorias modificou o jornalismo, pois, atualmente, ele funciona baseado na parceria, onde o jornalista de um veículo de comunicação já ganha a informação pronta e acabada do assessor de imprensa. Um exemplo disso é o fato do jornalismo econômico brasileiro nunca ter questionado o alto índice de poluentes emitidos pelos veículos, devido à relação próxima das grandes montadoras com as empresas de comunicação.

No jornalismo econômico é completamente antijornalístico possuir uma ideologia, pois ela acaba se tornando uma “camisa-de-força intelectual que dispensa a observação e despreza a informação contrária aos seus dogmas” (KUCINSKI, 1996, P.183). Mas, o que acontece é exatamente isso: os jornalistas agem em muitas ocasiões como se fossem levados por uma ideologia. Foi o que aconteceu no país na implantação do modelo neoliberal, principalmente na campanha pelas privatizações, com o então presidente Fernando Henrique Cardoso. Nesse período, todos os meios de comunicação brasileiros apoiaram e incentivaram, mesmo com a opinião pública estando dividida.

O jornalismo econômico é influenciado pela ideologia das teorias econômicas dominantes em cada período. Mesmo tendo independência editorial e objetividade, os grandes veículos entram em choque com a objetividade, principalmente no período de guerras e no tratamento de questões internacionais, entre as quais a economia.

O capital e seu processo de acumulação, e não o do homem, é um fator permanente da ideologia do jornalismo econômico. Ele é o sujeito das reportagens e está

constantemente em pauta. Em geral, temas relacionados à falta de estrutura causada pelo neoliberalismo e suas principais conseqüências como o desemprego, a fome, falta de moradia e transporte, desigualdades sociais, desordem monetária internacional, entre outros, são desprezados das pautas cotidianas. O que interessa é o espírito aventureiro dos empresários e seus investimentos e os positivos desempenhos da economia.

Por outro lado, entre os profissionais jornalistas, existe uma corrente que critica o jornalismo econômico, praticado hoje no Brasil, por dar muita ênfase no governo, na cobertura oficial e deixar de lado a economia real, a economia do trabalho, o impacto e a influência dos fenômenos econômicos na vida das pessoas. A crítica pode até ser verdadeira, mas o jornalismo econômico não pode ser condenado por isso. Na verdade, o governo interfere excessivamente na economia, seja por modismo ou necessidade, porque empresários e trabalhadores demandam essa interferência em decorrência do paternalismo injetado em nossa cultura. “Enquanto não resolvermos nossos problemas básicos, é do governo que sairão as notícias mais importantes. O problema não é a imprensa que cobre demais o governo, é o país que depende muito do governo. Só o progresso econômico e redução da pobreza serão capazes de mudar essa realidade” (CALDAS, 2003, p. 82).

### 3 GAZETA MERCANTIL E VALOR ECONÔMICO: UM ESTUDO DE CASO

Comprovando a importância dos juros, além da decisão do Copom ganhar destaque em várias matérias nas edições dos jornais, ela se torna também o assunto debatido nos editoriais dos veículos de comunicação. O editorial é o porta-voz da empresa jornalística e destina-se a opinião pública. Assume, portanto, o papel de formar a opinião do leitor e transmitir a ele as noções sobre o que se pensa da realidade vivida (MELO, 1985).

Desse modo, este trabalho propõe analisar se as opiniões de dois veículos especializados na cobertura econômica, *Gazeta Mercantil e Valor Econômico*, extrapolam para as matérias que também se referem ao mesmo assunto abordado pelos editoriais. Pretende-se analisar se as matérias publicadas nas edições dos jornais servem para corroborar a opinião dos mesmos em relação à política monetária do BC ou se permitem ao leitor formar a sua própria opinião. Levando em conta que esta política é exercida através do controle da taxa Selic, estipulado nas reuniões do Copom.

A análise será feita a partir de todos os editoriais e matérias publicadas no período de duas semanas, ou seja, na semana de reunião do Copom e na semana seguinte, que corresponde ao período de publicação da ata. Os meses escolhidos para análise foram maio e junho, pelo fato de marcar o fim do primeiro semestre, período em que o governo tem de ajustar as medidas tomadas na política monetária para atingir as metas de crescimento econômico do ano vigente.

O principal motivo da escolha dos jornais *Gazeta Mercantil e Valor Econômico* é serem os únicos jornais especializados na cobertura de economia de circulação nacional. Os dois jornais são publicados diariamente, porém, a edição de sexta-feira corresponde também a de final de semana (sábado e domingo), totalizando cinco edições na semana.

### 3.1 CARACTERÍSTICAS DA GAZETA MERCANTIL E DO VALOR ECONÔMICO

A *Gazeta Mercantil* foi fundada em 1920 e funcionava como um pequeno boletim econômico, financeiro e comercial. O jornal foi adquirido por Hebert Levy em 1934, e, ao longo desses anos, se tornou o principal patrimônio da família Levy. Por muitos anos, a *Gazeta* foi líder no ramo de jornalismo de negócios, consolidando sua imagem como um jornal tradicional e de credibilidade. Sua principal característica gráfica é o uso do bico-de-pena, ou seja, a reprodução de uma foto em forma de desenho. Apesar de ter enfrentado uma crise financeira no ano de 2001, a *Gazeta* vem passando por um processo de reestruturação no seu *lay-out*, mas, mesmo assim, não perde seu caráter conservador (LACHINI, 2000).

De acordo com a jornalista Hérica Lene<sup>2</sup> (2004), “o objetivo da *Gazeta Mercantil* é ser a principal na área de informação de economia e de negócios do Brasil e de toda a América Latina. Para isso, aposta no volume e qualidade dessas informações e também na isenção, credibilidade e confiabilidade do jornal. Perseguindo esse ideal, uma das primeiras práticas adotadas na rotina da redação foi a de só publicar informações precisas, checadas e confirmadas e procurar nunca publicar boatos. Para os jornalistas, é recomendado ouvir sempre todas as partes envolvidas e não deixar transparecer suas opiniões ou convicções pessoais na cobertura jornalística. As matérias, sempre que possível, devem ser analíticas, mostrando os fatos, suas causas e possíveis conseqüências, mas não podem ser opinativas”.

A *Gazeta* se divide em três cadernos: o primeiro é denominado caderno A, que contém as editoriais de Opinião, Política, Nacional, Legislação, Energia e Internacional. O segundo é o caderno o B, denominado *Finanças & Mercados* e é composto pelas matérias das editoriais de Finanças, Capital aberto, Bolsas Nacionais, Seguros & Previdência, Fundos. Por último, o caderno C é chamado *Indústria & Serviços* composto pelas editoriais de Comércio &

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=281DAC001> Acessado em: 16/11/2005

Serviços, Transporte & Logística, Recursos Humanos, Telecomunicações & Informática, Mídia & Marketing e Saneamento & Saúde.

A *Gazeta Mercantil* perdeu um pouco de espaço no mercado para o jornal *Valor Econômico*, pelo fato dele ter nascido quando ela própria passava por uma crise. Segundo Lene (2004), a chegada do concorrente *Valor* não afetou de imediato a circulação da *Gazeta*. A veiculação paga do jornal, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), chegou a 124.351 exemplares em dezembro de 2000, com aumento de 5,4% em comparação a 1999. Porém, nos anos seguintes começou a decair. A média por edição foi de 127,7 mil em 2001 e, em 2002, foi para 118,5 mil.

O *Valor Econômico* é o resultado de uma parceria das *Organizações Globo* e do *Grupo Folha* e começou a circular em todo o País no dia 2 de maio de 2000. Os dois grupos investiram cerca de 50 milhões de dólares no projeto e conforme afirma a jornalista Dalvina Nascimento<sup>3</sup> (2005) “desde o início o jornal apresentou um alto padrão editorial, independente de governos, grupos econômicos, facções políticas e candidaturas”.

Diferente da *Gazeta*, o *Valor* possui um *lay-out* mais arrojado, que o deixa com um aspecto de um jornal moderno, publica fotos de seus entrevistados de maneira que sempre os destaquem e utiliza mais cores do que sua concorrente. O *Valor* também vem ganhando espaço no mercado financeiro, várias empresas o utilizam para divulgarem a posição de suas cotas aos seus acionistas. Atualmente, o jornal tem uma tiragem diária de 60 mil exemplares, e segundo dados do IVC, possui cerca de 50 mil assinantes e 200 mil leitores.

De acordo com o editorial do *Valor* (ANEXO E1), publicado no dia de seu aniversário, o jornal tem a missão de “buscar notícias exclusivas, por antecipação das tendências que governam os rumos econômicos e políticos dos acontecimentos e pela análise plural, substantiva e tempestiva dos fatos”. Além disso, afirma ser “um defensor incondicional

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br/foco/dtercedicao/foco02.htm> Acessado em: 25/04/2005

das instituições democráticas, dos direitos humanos e de uma sociedade livre e pluralista. É partidário da liberdade de inovar e competir em uma economia de mercado, sem descurar do apoio a todas as ações que favoreçam o desenvolvimento social do país”.

O *Valor* é composto por quatro cadernos. O primeiro, também denominado A, é formado respectivamente pelas editorias de Brasil, Política e Internacional, Opinião e Especial. O segundo caderno, B, é intitulado *Valor Empresas & tecnologia* e reúne as editorias de Serviços, Telecomunicações, Infra-Estrutura, Indústria, Insumos, Commodities Agrícolas e Agronegócios. O terceiro, C, chama-se *Valor Finanças*, em que faz parte a editoria de finanças. Por fim, o caderno D é o *Eu &* e é constituído pelas editorias *Eu & Meu Dinheiro*, *Eu & Ranking de Fundos Valor – Agrif*, *Eu & Carreira*; *Eu & Consumo* e o *Eu & Cultura*.

Apesar de serem principais concorrentes e terem estilos diferentes os dois jornais têm credibilidade entre os especialistas da área e são importantes veículos que se destacam na cobertura dos acontecimentos de ordem econômica.

## **3.2 A GAZETA MERCANTIL**

### **3.2.1 ANÁLISE DOS EDITORIAIS E MATÉRIAS DA GAZETA MERCANTIL NO MÊS DE MAIO**

No mês de maio, o Copom decidiu elevar a taxa Selic em 19,75% ao ano. A principal justificativa do Copom, apresentada na ata, foi considerar que ainda existia risco da inflação de curto prazo se prolongar por um maior período de tempo. Portanto, não descartava a possibilidade de no próximo mês de junho continuar com o ciclo de aumento da taxa de juros.

A *Gazeta Mercantil* destacou a questão dos juros, publicando dois editoriais e seis matérias. O primeiro editorial, da edição de sexta-feira e final de semana, abriu as discussões em torno da reunião do Copom que aconteceria na semana seguinte. Foram publicadas matérias durante toda a semana da reunião, que previam a expectativa do mercado financeiro em relação à taxa Selic.

Para iniciar a análise é necessário situar a opinião do jornal sobre a decisão do Copom. O primeiro intitulado “*Abrir o leque de opções do Copom*” (ANEXO A), defende que o governo pode vir a baixar os juros se parar de se concentrar somente no Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) a fim de conter a inflação. Porque, efetivamente, o IPCA apresentou aumento nos meses de março e abril. Portanto, se o BC se baseasse em outros índices de preços que também calculam a inflação, como o Índice Geral de Preços do Mercado (IGPM) e o Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), suas opções para lidar com a inflação seriam maiores. Isso, porque esses índices apresentaram consideráveis baixas.

Mas, de acordo com o editorial, o Copom prefere não arriscar para tentar controlar a inflação e acaba decidindo por suas certezas teóricas. Enquanto isso, o governo trabalha com uma política fiscal expansionista que anula todo o efeito do aperto monetário, pois, exercendo esta política, o governo se torna deficitário, a dívida pública aumenta e é necessário subir os juros para atrair investidores estrangeiros e moeda forte para pagar a dívida. Portanto, como consequência, o governo também contribui para aumentar a demanda agregada, ou consumo privado, gerando inflação. Devido a esses fatores, o conselho editorial da *Gazeta* insiste que o Copom precisa ter a opção de pedir responsabilidade fiscal, caso contrário, sobram apenas os juros para se controlar. Uma arma inútil a ser usada enquanto existem contradições na política fiscal e cambial.

Já no segundo editorial “*No Copom, insensível unanimidade*” (ANEXO B), publicado um dia após a reunião do Copom, a *Gazeta* afirma que o aumento da taxa Selic para 19,75% ao ano é efeito da insensibilidade dos membros do Copom. De acordo com o editorial, e com índices apresentados neste, a contínua elevação dos juros, com o objetivo de controlar a inflação, não exerce efeito sobre todos os preços livres conforme demonstra o IPCA. Aponta, também, que apesar de saber que o aumento dos juros não controla, em curto prazo, a inflação, o Copom prefere pensar na inflação futura sem admitir extrapolar a meta que está fixada em 4,5%.

Neste contexto, o jornal ironiza, perguntando até quando vai durar a insensibilidade do Copom, pois com os juros altos, um dos efeitos será o ínfimo crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). Para concluir, faz analogia a Nelson Rodrigues que dizia ser burra toda unanimidade.

Quanto aos editoriais da *Gazeta Mercantil*, todos apresentam a mesma estrutura. São divididos em oito parágrafos: o primeiro e segundo compõem a introdução; do terceiro ao sexto apresentam a discussão dos fatos expondo os elementos para consolidar a opinião; e o sétimo e oitavo constituem a conclusão.

Segundo as classificações de Beltrão (1980), o primeiro editorial “*Abrir o leque de opções do Copom*” (ANEXO A) pode ser considerado como:

- Preventivo: pois se antecipa à realidade, apontando alternativas ao Copom quanto à regulação da taxa Selic;
- Ilustrativo: tem o objetivo de ampliar o conhecimento do leitor para um fato que ainda vai ser destaque;
- Intelectual: possui uma linguagem mais elaborada e leva o leitor a raciocinar por meio dos argumentos expostos;
- Promocional: acompanha a realidade, o que vai ser notícia.

Já o segundo editorial “*No Copom insensível unanimidade*” (ANEXO B) pode ser classificado como:

- De ação: analisa os fatos ocorridos e seu procedimento a fim de esclarecer ao leitor o impacto da decisão do Copom;
- Informativo: esclarece as idéias revelando o que passou despercebido nas notícias;
- Intelectual: também levanta argumentos para fazer o leitor refletir sobre o assunto.
- Promocional: está inserido na atualidade.

As matérias publicadas pela *Gazeta Mercantil* dão destaque somente para as expectativas e ações dos investidores. Por exemplo, antes das reuniões do Copom, o Banco Central (BC) divulga o boletim de mercado, em que vários analistas e representantes de instituições financeiras fazem previsões para o índice de inflação, a taxa Selic, entre outros. A partir dessa fonte oficial, as matérias são elaboradas com os dados apresentados, e as fontes ouvidas, em sua maioria economistas de bancos privados e instituições financeiras, justificam os motivos que podem levar o BC a uma decisão.

As matérias publicadas nas edições dos dias 16-17-18 de maio (ANEXOS C-D-E) relatam essas expectativas para a reunião do Copom e alarmam os investidores. Por exemplo, na matéria “*Mercado dividido entre manutenção e alta da Selic*” (ANEXO C) quatro analistas apresentam os possíveis motivos que irão fazer com que o BC decida pela manutenção ou alta dos juros, sendo dois pela manutenção e dois pelo aumento. Todos os analistas alertam para um mesmo fator que moverá o BC: a inflação. Ainda foi elaborado um quadro constando a aposta de 12 instituições financeiras: sendo que 5 apostam na manutenção e 7 na alta da Selic.

Quanto a estas três matérias citadas acima, a única que pode constatar a intenção de consolidar a opinião do primeiro editorial é a “*Investidores divididos quanto a Selic*”

(ANEXO E), publicada um dia antes da decisão do Copom. A matéria usa adjetivos para relatar o sentimento dos investidores, que estão à espera da decisão do Copom. Como pode ser conferido na frase: *“Cautelosos, os investidores aguardam a definição da nova taxa básica da economia, a ser anunciada hoje, para reforçar suas posições”*. Isto quer dizer que se a Selic subir os investidores podem ficar retraídos, caso contrário, continuam com as aplicações.

Além disso, a matéria destaca ser um dado positivo a queda do Índice Geral de Preços – 10 (IGP-10), que determina a inflação no atacado, e afirma que este fato reforça a posição de quem acredita no fim do ciclo de alta. O pressuposto de que o Copom poderá baixar os juros baseando-se no IGP-10, conforme relata o texto, é contraditório. Pois, no dia anterior, a matéria *“Previsões pioram à espera do Copom”* (ANEXO D) registrava a expectativa de aumento da inflação segundo analistas. Lembrando ainda, que a principal referência do Copom para o controle da inflação é o IPCA.

A queda da inflação do atacado, como aponta o IGP-10, repercute também no repasse inflacionário no varejo, o que pode significar a queda do IPCA, mas daí certo tempo. Então, a queda do IGP-10 pode ser um dado positivo como apresenta a matéria, mas não influenciaria a decisão do Copom já no fim da reunião. Como prova disto é o Copom ter aumentado os juros e afirmar na ata a intenção de continuar a elevar a taxa Selic. O relato da matéria condiz com a opinião emitida no editorial e soa como um argumento esperançoso a quem é a favor do fim da elevação dos juros.

A matéria publicada logo após a decisão do Copom *“Selic vai a 19,75% e pode ter...”* (ANEXO F) demonstra todo o panorama da reunião. O título é sugestivo à interpretação do leitor, as reticências usadas chamam atenção e o subtítulo *“Ata da reunião deve manter a porta aberta para novas elevações nos juros básicos da economia”* esclarece, mas ele é construído de acordo com a opinião de um economista. Uma retransmissão diagramada

dentro de um quadro também dá destaque às críticas feitas por representantes do setor produtivo. O título da retranca também é sugestivo a interpretação: “*Remédio amargo, mais uma vez*”, baseado na declaração de uma fonte. Outro quadro intitulado “*Brasil amplia liderança*” apresenta o País como líder no ranking de juros reais para os próximos 12 meses.

Portanto, a partir dos títulos, quadros e destaques da matéria pode-se afirmar que ela tem um tom de crítica e pessimismo, pois expõe vários índices negativos previstos pelo mercado. A matéria também não ouviu nenhuma fonte oficial que representasse o BC, ou seja, enfoca somente as constatações do lado que é contra a decisão do Copom.

As matérias relativas à publicação da ata também envolvem as expectativas dos analistas, só que dessa vez com menos destaque. Na matéria “*Ata deixa porta aberta para nova elevação da Selic*” (ANEXO H), somente uma fonte é consultada: economistas do banco Bradesco. Eles apostam na redução da taxa Selic a partir do segundo semestre, dedução que virou subtítulo da matéria. A ata do BC é a principal fonte e o texto é elaborado a partir de suas definições.

A dedução de uma única fonte ter virado subtítulo da matéria representa a pressão do mercado financeiro para acabar com fim do ciclo de alta dos juros, e o jornal ter dado ênfase a esta previsão reforça sua própria opinião. Afinal, a queda dos juros no segundo semestre é apenas uma dedução.

### **3.2.2 ANÁLISE DOS EDITORIAIS E MATÉRIAS DA GAZETA MERCANTIL NO MÊS DE JUNHO**

No mês de junho, o Copom interrompeu o ciclo de altas da taxa Selic e a manteve em 19,75%. Mas, o Copom alerta que manterá os juros por um “*período suficiente longo de tempo*”.

A *Gazeta Mercantil* deu pouco enfoque na reunião do Copom e na decisão de manter os juros. Somente três matérias foram publicadas abordando o assunto, e um editorial foi escrito após a publicação da ata do Copom.

O editorial “*O futuro dos mosqueteiros da moeda*” (ANEXO I) demonstra que a *Gazeta* não é a favor da política monetária feita pelo BC. Considera rígida a meta inflacionária prevista para o próximo ano, tanto que critica o Conselho Monetário Nacional (CMN) em aceitar flutuação para dois pontos acima do determinado, dizendo que a própria meta é ilusória. Contesta o fato do BC preferir manter a contenção da economia ainda que os juros estejam estáveis e a inflação em queda. Revela que mesmo o BC reconhecendo que o mercado interno perdeu dinamismo e os investimentos caíram, não altera a taxa de juro que modera empréstimos concedidos ao setor produtivo, como o agrícola. Assim, afirma que o controle da inflação embute a seleção dos setores econômicos que devem crescer. Por fim, conclui ironizando que o governo não está aberto a discussões quando o assunto é inflação.

Baseando-se nas classificações de Beltrão (1980), este editorial pode ser definido como:

- De ação: acompanha a ocorrência do fato, analisa suas causas e desenvolvimento com o objetivo de esclarecer aos leitores o impacto da realidade;
- Informativo: identifica o problema e os fatores, explorando aspectos que passaram despercebidos na notícia;
- Intelectual: induz o leitor a raciocinar por meio de premissas apresentadas;
- Promocional: acompanha as idéias da atualidade.

Quanto às matérias, a primeira “*Copom pode manter Selic em 19,75% ao ano*” (ANEXO J) também faz previsões sobre a decisão do Copom. Ela exerce a função de acalmar os investidores. Para isso, contém um quadro em que 18 bancos revelam suas apostas para a

manutenção de alta da Selic. Somente dois acreditam na alta, os outros mantêm o consenso da manutenção.

Apesar da esperança na manutenção, a matéria apresenta dados negativos sobre o desempenho da economia. Logo após a exposição dos dados, o depoimento de um economista justifica outros fatores que condizem com a manutenção da Selic. Desse modo, é possível interpretar que a matéria sugere que a decisão do Copom em manter os juros já deveria ter acontecido. Isto se traduz no trecho: *“Apesar do forte aperto monetário, a possibilidade de cumprimento da tarefa é improvável (atingir a meta inflacionária de 5,1%). Mesmo assim, a economia já sente os efeitos dos juros elevados”*. Esta afirmação quer dizer que, se o aumento dos juros não está conseguindo controlar a inflação, o Copom errou em insistir na elevação da Selic durante nove vezes seguidas, deixando a economia desaquecida.

A mesma matéria também apresenta motivos para aumentar ainda mais a taxa de juros e utiliza uma fonte para consolidar esta idéia. Mas é menos enfática em relação a isso, se comparado aos motivos que apresenta para que a Selic seja mantida, como defende em seu editorial. Porém, o fato de apresentar os motivos para a elevação da Selic não quer dizer que isto seria benéfico, somente apresenta possibilidades que poderiam mover o BC.

A matéria *“Copom interrompe ciclo de alta da Selic”* (ANEXO K), publicada após a reunião do Copom, mantém a mesma linha da anterior, quando utiliza argumentos que criticam a decisão tardia do Copom, como o manifesto do presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) Guido Mantega, e a crítica do presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Paulo Skaf, que pode ser conferida no trecho: *“a taxa em 19,75% sepulta definitivamente o primeiro semestre e já ameaça os seis meses restantes de 2005”*.

A mesma fonte da matéria anterior, um economista do ABN Amro, Hugo Pentead, também é consultada nesta matéria e prevê que a Selic deverá cair somente em

outubro. A notícia também trata com pessimismo a possibilidade da queda dos juros. Ainda que a fonte afirme que possa ocorrer em outubro, o texto é taxativo: “*Embora o ciclo de alta tenha sido interrompido, a possibilidade de queda nos juros em um curto espaço de tempo é considerada remota*”.

Como ilustração, o texto possui um quadro com o gráfico do aumento da taxa real da Selic no período de 12 meses, o que visualmente representa uma grande elevação. Pode-se interpretar a partir do gráfico que a idéia exposta no editorial está confirmada: o Copom exagerou na dose de elevação dos juros.

A matéria “*Juros básicos permanecerão altos*” (ANEXO L), publicada após a divulgação da ata, trabalha com os argumentos utilizados pelo Copom para manter os juros altos. Ao contrário das anteriores, a matéria é mais leve e não tão pessimista. Por exemplo, o texto afirma que “*ao justificar a decisão de suspender o processo de alta da Selic, o Copom se mostrou mais otimista do que nas atas anteriores*”. Ainda usa uma fonte para justificar que o Copom não pode declarar que os juros pararão de subir, pois isso levaria o mercado a acreditar no afrouxamento da política monetária de maneira precoce. Analistas também fazem previsões, baseados na ata, de que a Selic começará a descer em setembro chegando no final do ano a 18,5%.

A partir daí, pode-se afirmar que a matéria elogia e é mais leve quando o Copom age de acordo com a opinião expressa no editorial.

### **3.3 O VALOR ECONÔMICO**

#### **3.3.1 ANÁLISE DOS EDITORIAIS E MATÉRIAS DO VALOR ECONÔMICO NO MÊS DE MAIO**

Maio se apresentou como um mês tenso em relação à expectativa da reunião do Copom. O *Valor Econômico* dedicou boa parte de sua cobertura para a questão dos juros, publicando sete matérias e dois editoriais.

O primeiro editorial “*Não há motivos para o BC continuar a elevar o juro*” (ANEXO M), publicado no dia da reunião do Copom, deixa claro que o *Valor* é contra a política de aumento dos juros. Ele afirma que os indicadores econômicos já recomendaram o fim do aperto monetário, mas o “*BC parece condenado a fazer mais do mesmo, ainda que os efeitos colaterais de suas medidas sejam danosos*”. Segundo o conselho editorial, é difícil ver motivos para aumentar os juros novamente, pois está comprovado que as oito elevações não conseguiram abaixar a inflação. Para chegar à conclusão, apresenta vários índices contraditórios da economia como o aumento das exportações e a queda dos investimentos. Ainda afirma que apesar de ter perdido a chance de baixar os juros a taxas civilizadas, deveria ter como direção a rápida redução e não manutenção.

Já o segundo editorial “*Preocupação com as novas projeções de alta dos juros*” (ANEXO N), publicado um dia após a divulgação da ata do Copom, alerta para o fato de que o crescimento do País deverá ser ínfimo, principalmente depois da ata revelar que o processo de aumento dos juros não chegou ao fim. Para o conselho, a ótica do Copom é conservadora, pois com a incerteza da variação dos índices de inflação, o BC prefere elevar os juros a ter um aumento na meta inflacionária. Portanto, afirma que se esse processo continuar haverá, “*sem dúvida, mais razões para temer o processo de acomodação do ritmo da atividade econômica*”.

De acordo com as classificações de Beltrão (1980), o primeiro editorial pode ser definido como:

- Preventivo: antecipa-se à reunião do Copom para fixar as conseqüências que uma possível alta da taxa Selic possa causar a economia;

- Informativo: tem o objetivo de esclarecer o leitor por que o Copom não age em determinado sentido;
- Intelectual: Contribui para que o leitor raciocine sobre os argumentos apresentados;
- Promocional: Debate fatos que marcam a atualidade.

Já o segundo editorial pode ser considerado como:

- De consequência: avalia a decisão do Copom em insistir com o ciclo de altas da taxa de juros, funcionando como um alerta aos leitores;
- Informativo: visa a esclarecer o leitor sobre os motivos que podem se agravar se ocorrer uma nova alta dos juros;
- Intelectual: a linguagem utilizada é mais elaborada e não exerce a função de atingir a sensibilidade do leitor;
- Promocional: se refere a um fato do dia em destaque.

Todos os editoriais do *Valor Econômico* possuem a mesma divisão. São compostos por cinco parágrafos: o primeiro faz parte da introdução, o segundo e terceiro apresentam argumentos para a discussão e o quarto e quinto parágrafos formam a conclusão.

A cobertura jornalística do *Valor Econômico* prioriza destacar índices referentes ao mercado financeiro, tanto que suas matérias são voltadas para a variação da bolsa de valores, fundos de investimentos, cotação do dólar, cenário externo, etc. Desse modo, as três matérias publicadas no dia da reunião também se referem à expectativa do mercado financeiro.

Na notícia “*Bovespa fecha com leve ganho à espera do Copom*” (ANEXO O), o *Valor* além de apresentar os indicadores de mercado, tanto internos quanto americanos, aborda rapidamente a reunião do Copom. Somente uma fonte foi ouvida na matéria e esta declara que a bolsa pode cair se houver a elevação dos juros. O breve relato da fonte é

tendencioso, já que não explica os reais motivos para a variação dos índices financeiros e assim, cria um tom alarmante e inseguro quanto ao cenário dos fundos de investimento. Além disso, a matéria não aprofunda na relação da Selic com o mercado acionário.

A notícia “*Taxa real no Brasil supera 13%, mostra consultoria*” (ANEXO P) é alarmante pelo fato de ser divulgada na véspera da decisão do Copom, e a pesquisa ter sido realizada por uma empresa de consultoria. A única fonte consultada foi um representante da própria empresa que realizou a pesquisa. Mesmo assim, a matéria é breve, não se aprofunda no assunto e aponta somente dados relevantes da pesquisa.

A matéria “*Manutenção da Selic pode animar bolsa e renda fixa*” (ANEXO Q) pode ser considerada falseada, pois trata somente a possibilidade da manutenção, já descartando uma possível alta dos juros e seus efeitos no mercado acionário. Fazendo sempre um paralelo com a economia americana e como ela pode afetar os investimentos no País, o texto sugere a melhor solução: manter a Selic e assim, deixar o cenário menos inseguro para os investidores estrangeiros.

A notícia traduz o desejo do mercado acionário e a partir daí, apresenta os benefícios que a manutenção poderia trazer aos fundos de investimento. O conteúdo da matéria condiz com a opinião do jornal, pois apela para uma possível manutenção da Selic, já que a baixa é descartada pelo mercado. Um exemplo é o fato de a matéria revelar, segundo analistas, que o melhor investimento a se fazer é nos fundos DI, pois a Selic exerce influência no rendimento. Portanto, manter a Selic vai ser bom para o mercado, ao contrário da alta: “*O estrategista-chefe da SulAmérica Investimentos, Paulo de Sá Pereira, concorda que a preferência seja pelos fundos DI, mas diz que tudo dependerá da sinalização do Copom na ata da semana que vem. ‘Se ela abrir possibilidades de novas altas, aí pode haver mais volatilidade para quem estiver nos fundos prefixados’, diz. Isso porque essas carteiras acompanham o mercado de juros futuros e, se a expectativa for de juros mais altos, o valor*

*dos títulos antigos cai*”. Neste trecho, a fonte ainda alerta para a ata do Copom, pois se o BC decidir manter os juros como é esperado, e não sinalizar o fim do aperto monetário, o clima continua sendo de insegurança.

Após a reunião do Copom foram publicadas duas matérias. A primeira “*BC decide elevar ainda mais o juro*” (ANEXO R) faz um relato sobre o que moveu o Copom a alterar a Selic para 19,75% ao ano. A matéria, escrita por dois jornalistas, não contém o depoimento de nenhuma fonte e pode ser considerada analítica, pelo fato de discutir os principais motivos considerados pelo Copom.

Um exemplo é o trecho que avalia a proposta da nova meta inflacionária para 2006: “*Essa proposta que será submetida ao presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, antes da reunião de junho do Conselho Monetário Nacional (CMN), teria duas vantagens: não passaria a impressão de complacência com o processo inflacionário, mas também não compraria uma briga política com os que consideram ambiciosa a meta de 4,5% do IPCA para 2006. Seria apenas o reconhecimento de que, no Brasil, a luta contra a inflação é uma tarefa mais árdua e demorada do que se gostaria*”. Ao contrário do que diz o editorial que não há motivos para o BC elevar o juro, a matéria explicita os motivos considerado pelo BC.

A outra matéria “*Nona alta desagrada mercado*” (ANEXO S) traduz as críticas de analistas e representantes do setor produtivo em relação ao aumento da Selic. O fato de separar em duas matérias, uma analítica e outra repleta de críticas, reflete a ênfase dada a insatisfação com a política monetária. Em nenhuma matéria foram entrevistadas fontes que elogiam ou apóiam a política exercida pelo Banco Central. Isto significa que ou todos estão contra o governo e seu pacote econômico ou falta mais apuração por parte dos jornalistas em diversificar as fontes.

Por fim, a última matéria publicada após a divulgação da ata do Copom, “*Copom pode voltar a elevar os juros em junho*” (ANEXO U), apresenta a justificativa do Copom em ter mantido a taxa Selic em 19,75%, mas não descartando a hipótese de voltar a aumentá-la. A única fonte da matéria é a própria ata do Copom, entretanto, no texto, vários trechos da ata foram inseridos entre aspas. Isto pode ser verificado no trecho: “*Assim, o Copom acompanhará ‘atentamente’ a evolução do cenário prospectivo para a inflação até a reunião de junho, ‘para então definir os próximos passos’ da estratégia adotada desde setembro de 2004*”. O fato de usar entre aspas palavras retiradas da própria ata do Copom significa que a matéria tem a intenção de criticar as justificativas do próprio Copom, uma vez que as palavras destacadas adjetivam o texto.

### **3.3.2 ANÁLISE DOS EDITORIAIS E MATÉRIAS DO VALOR ECONÔMICO NO MÊS DE JUNHO**

No mês de junho, a cobertura do *Valor Econômico* em relação à reunião do Copom e a decisão de subir ou não a taxa Selic teve o mesmo espaço concedido no mês anterior. Foram publicados dois editoriais e sete matérias sobre o assunto.

O primeiro editorial “*Copom tem mais motivos para pôr fim à alta do juro*” (ANEXO V), publicado no primeiro dia da reunião do Copom, defende que, como já diz o título, o BC não tem como justificar a continuação do ciclo de aumento da taxa Selic. Mas, o temor que permanece no mercado financeiro é o fato dos membros do Comitê não considerarem o desaquecimento econômico suficiente para que a inflação atinja a meta estabelecida. Contrariando a opinião dos membros do Copom, o conselho editorial apresenta uma série de indicadores que corrobora com o fim do aumento dos juros.

De acordo com o editorial, o arrefecimento das atividades econômicas faz com que a projeção de crescimento do PIB diminua cada vez mais. A atual projeção de 3% de crescimento do PIB este ano comprova que o BC “errou a mão na dose dos juros” e a taxa Selic correspondente a 19,75% não justifica mais. Como conclusão, o *Valor* afirma ser a hora certa para voltar a reduzir os juros, com uma rapidez que seja prudente.

O segundo editorial “*BC tem espaço para uma política flexível de juros*” (ANEXO X) foi publicado um dia após a divulgação da ata do Copom. O *Valor* defende que a decisão do governo em estipular metas inflacionárias para o ano de 2006 e 2007 é essencialmente correta, mas o problema está nos métodos que o BC utiliza para atingir estas metas. De acordo com o editorial, a política monetária exercida pelo BC é extremamente conservadora e incapaz de fazer com que a inflação fique abaixo dos 7%, sendo que países emergentes e desenvolvidos possuem índices de inflação muito menores.

O conselho garante que a política do BC pode ser mais flexível, pois com o atual nível dos juros a inflação para 2006 está prevista em 5%, ou seja, 0,5 ponto percentual acima da meta estipulada. Por fim, conclui que a dose alta de juros fez com que a inflação declinasse com rapidez, principal motivo que levou o BC a manter a Selic no mês de junho. Assim, o BC tem espaço para uma conduta mais leve, porém, não é isso que demonstra na ata.

Analisando os editoriais e classificando-os de acordo com Beltrão (1980), os dois podem ser definidos como:

- Preventivos: revelam o que pode acontecer se o BC aumentar os juros, alertam para as conseqüências da decisão do Copom;
- Informativos: têm o objetivo de esclarecer o leitor sobre os acontecimentos em torno do decisão do Copom;
- Intelectuais: a linguagem é culta e mais elaborada;
- Promocionais: tratam dos fatos que estão ocorrendo.

A primeira matéria publicada um dia antes da reunião do Copom, “*Depois de nove altas da Selic, Copom vai encerrar aperto, prevê mercado*” (ANEXO Z) afirma que há um consenso entre os 16 analistas consultados pelo *Valor* de que a Selic será mantida em 19,75%. O texto parte do princípio de que a maior razão para o BC continuar a elevar os juros é o clima criado em razão da crise política que começava a ascender na época. O temor do governo era que os escândalos de corrupção afetassem o mercado financeiro, pois o clima de insegurança não atrai investidores. Portanto, somente um dos sete entrevistados nesta matéria admite a possibilidade do Copom elevar os juros mais vez. Os que acreditam na manutenção da Selic também afirmam que a crise política não vai interferir na decisão do Comitê.

O modo como a matéria relata a previsão feita pelos analistas de que o Copom vai encerrar o aperto monetário permite entender que o jornal tende a fazer uma certa pressão para o BC começar a baixar os juros. Por exemplo, os analistas chegam a afirmar com certeza da decisão do Copom, como pode ser conferido no trecho: “*Os 16 analistas consultados sexta-feira pelo Valor foram unânimes em assegurar que o BC não irá fazer a décima elevação*”.

No depoimento das fontes também pode ser conferido a expectativa do Copom iniciar a queda dos juros. Como neste trecho: “*Para Rosa, cujo cenário básico prevê início de um movimento de queda do juro em outubro, com a Selic encerrando o ano a 18,25%, o momento da baixa poderia ser até antecipado para agosto ou setembro se as condições atuais se mantiverem*”. Esta afirmação legitima a opinião do *Valor* de que a Selic deve começar a descer logo.

A matéria que relata a decisão do Copom de título “*Copom pára de subir juro, mas manterá longo aperto*” (ANEXO Y) alerta para o fato de que a política monetária restritiva não chegou ao fim, mesmo com a manutenção da Selic em 19,75%. Além de apresentar os dados que levaram o BC a tomar a decisão de por fim ao ciclo de alta dos juros,

o texto aponta mais uma vez para a previsão dos analistas de que os juros devem começar a baixar em setembro. A matéria ainda reafirma que a crise política não influencia a decisão do BC.

O enfoque da matéria deixa clara a intenção de pressionar para que o corte da taxa básica seja iniciado, pois mesmo com o fim do aperto, o que significa uma boa notícia, várias especulações são feitas em torno da política do BC e do mês certo para iniciar a queda da Selic. Isto pode ser conferido no trecho: *“Para o consultor Miguel Daoud, da Global Financial Advisor, a partir de ontem, ao interromper a série de altas e sinalizar uma baixa futura, o BC ‘passou a jogar junto com o país’. Se não surgir nenhuma outra crise, a tendência é de o Copom sustentar a taxa em 19,75% em julho e agosto, reduzindo o juro em setembro”*. Neste caso, as fontes são usadas para reafirmar o que já foi falado no editorial do *Valor* como, por exemplo, uma outra declaração de um entrevistado: *“A decisão é consistente com a mais pura ortodoxia”, diz Mesquita*”.

No mesmo dia, após a reunião do Copom, foi publicada outra matéria *“Uma boa notícia, mas pode ter chegado tarde”* (ANEXO W) em que afirma ser a decisão do Copom atrasada de acordo com entidades ligadas à indústria e ao comércio. O texto aborda o depoimento de representantes do setor produtivo que fazem duras críticas a política do BC e cobram a queda da taxa Selic. Somente o fato de dar destaque aos desejos e insatisfações de economistas e empresários do setor de produção reafirma a pressão estabelecida para os juros voltarem a cair.

A pressão exercida pelo mercado financeiro para a queda dos juros se revela com destaque nas notícias veiculadas pelo *Valor*. Antes da publicação da ata do Copom foi publicada a matéria *“À espera da queda dos juros”* (ANEXO A1) afirmando que a dúvida dos investidores agora é de quando virá a queda da Selic. Para reforçar a hipótese de que os investidores irão garantir uma alta remuneração mesmo com os juros abaixando, o texto

revela a solução encontrada por analistas. Assim, explica como e porque fazer outros tipos de investimentos, já que a queda da Selic pode afastar os investidores estrangeiros. Apresentar esta saída confirma o desejo de baixar os juros e anula uma provável desculpa para isto não acontecer.

Já depois da publicação da ata, a matéria “*Juro precisa cair para economia se recuperar, diz presidente do HSBC*” (ANEXO C1) relata uma palestra realizada pelo banco HSBC para empresários e políticos, e o principal tema abordado: o fim do ciclo de alta dos juros. A notícia também corrobora com a pressão para que os juros caiam, um exemplo disto é o depoimento dado pelo presidente do banco: “*Nosso objetivo no Brasil não é emprestar dinheiro para o governo, mas para as pessoas*”, afirmou Alonso. *Os banqueiros não costumam criticar os juros elevados, pois os bancos ganham com a compra de títulos públicos, que garantem remuneração elevada com risco baixo. ‘Eu não sou banqueiro, sou bancário’, brincou*”. Como ele próprio já explica, os bancos têm lucro com o aumento dos juros devido ao *spread*, mas ele prefere não se preocupar com esta questão e torcer pela queda da taxa Selic. Desse modo, garante mais empréstimos à população, o que, segundo o presidente do HSBC, é responsável pelos lucros do banco.

Por último, a matéria publicada um dia após a divulgação da ata “*Crescimento débil moveu o BC*” (ANEXO D1) explica os motivos que levaram o Copom a manter os juros. A ata é a única fonte da notícia, não foram entrevistados analistas ou representantes dos agentes econômicos. A matéria tem um caráter analítico, em que o jornalista além de relatar os argumentos da ata, classifica-os como preocupantes, positivos ou negativos. O fato do texto não possuir críticas ou afirmações de outras fontes e ser mais leve do que os publicados no dia decisão do Copom leva a interpretar que o BC agiu de acordo com a vontade do *Valor*, relatada no seu editorial. Isto porque o BC reconheceu que a economia apresentou crescimentos ínfimos e que os investimentos também estão em queda. Apesar do BC declarar

que poderá manter a taxa Selic por “um período suficientemente longo de tempo”, os índices por ele apresentados, como o recuo da inflação e a expectativa de cumprir a meta inflacionária em 2006 podem significar o contrário, mesmo que não admitido pelo próprio BC.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta inicial deste trabalho era identificar se a opinião dos jornais *Gazeta Mercantil* e *Valor Econômico*, expressa em seus respectivos editoriais, extrapola para as matérias. Para isto, foi escolhido um tema recorrente na cobertura jornalística, polêmico e de importante influência na economia brasileira, que é a questão dos juros.

De acordo com Quintão (1987), o jornalismo econômico está consolidado como uma instituição, através de suas editorias, de sua linguagem e de um discurso próprio na política editorial de todas as empresas jornalísticas de porte no País. Portanto, este discurso próprio na política editorial dos jornais a que se refere o autor, se expressa a partir das matérias publicadas e da opinião dos veículos contidas nos editoriais, ou em artigos de colunistas escolhidos pelo próprio jornal. Mas, é importante destacar que a linha editorial do jornal se difere da opinião deste.

De acordo com Melo (1985), a linha editorial é uma espécie de definição de critérios para que a informação seja selecionada e, posteriormente, publicada. Essa seleção implica na visão da empresa jornalística, que decide qual a melhor informação, a que merece maior destaque, e quais outras serão excluídas ou omitidas. Mas isto não significa que mesmo o jornal sendo contra a política de aumento dos juros, deve publicar matérias que também colaboram para reforçar a hipótese de que os juros não devem subir. Afinal, no jornalismo é imprescindível ouvir os dois lados da história, ou seja, quem é contra o aumento e quem é a favor.

A *Gazeta* e o *Valor* têm a mesma opinião sobre a política monetária exercida pelo BC. Os dois são contra o aumento dos juros para conter a inflação e também tentam provar, através de seus próprios discursos, que o fato de aumentar os juros não consegue controlar a inflação, como defende o governo. Portanto, a partir da análise feita, baseada na cobertura

jornalística destes jornais, conclui-se que a opinião de ambos é legitimada nas matérias publicadas.

Como prova de que as matérias corroboram com a opinião dos jornais é o fato de entrevistarem sempre as mesmas fontes para elaborarem as matérias. Quando não é o mesmo economista que dá o depoimento é outro da mesma empresa. Por exemplo, a *Gazeta Mercantil* chegou a entrevistar o mesmo analista numa matéria no dia anterior à reunião do Copom e em outra matéria logo após a reunião. No dia anterior, a fonte afirmava que o Copom deveria manter os juros e explicava os principais motivos. Logo após a decisão do Comitê, a mesma fonte afirma ser correta a decisão em manter os juros.

Fontes que representam o Banco Central não foram ouvidas, ou até mesmo, fontes que são a favor das decisões do Copom. A partir daí, pode-se chegar à conclusão de que os jornais ouvem sempre as fontes que possuem a opinião condizente com as suas. Isto é, os jornalistas entrevistam quem eles já conhecem a opinião do entrevistado diante da decisão do governo de elevar ou não os juros, ou seja, sabem quem vai dizer o que eles querem ouvir.

As matérias publicadas antes da decisão do Copom também contribuem para reforçar os editoriais dos jornais. Pois todas fazem previsões quanto à decisão do Copom, mas as previsões do que pode vir a acontecer na economia são sempre negativas quando há possibilidade de um aumento na taxa de juros.

Logo após o Copom ter decidido manter a taxa Selic em 19,75% no mês de junho, começaram as pressões para iniciar a queda da taxa. Várias matérias foram publicadas, principalmente pelo *Valor*, relatando as expectativas de analistas e de agentes econômicos para a queda dos juros a partir do segundo semestre. Nos editoriais do *Valor*, o jornal aponta a rápida necessidade para a Selic abaixar, e quando o BC sinalizou que isto poderia ocorrer, mantendo os juros, o jornal começou a publicar matérias reforçando essa necessidade.

A cobertura dos dois jornais é tão voltada para o combate do aumento dos juros que as matérias chegam a apresentar acontecimentos de ordem econômica que não exercem tanta influência na decisão do Copom para justificarem a queda dos juros. A *Gazeta*, por exemplo, aponta em seu editorial que a queda de outros índices de inflação pode fazer com que o Copom, deixe de se basear somente no IPCA, e comece a baixar os juros. Mas o fato do BC manter uma política monetária rígida e insensível não permite esta ação. Já numa matéria afirma que a queda de somente um índice de inflação no atacado pode ser motivo para abaixar os juros, sendo que este foi divulgado no dia da reunião do Copom. Isto contradiz com o que diz seu editorial e cria uma expectativa positiva em quem torce para que a queda dos juros aconteça.

Portanto, mesmo que não seja intenção dos jornais publicarem matérias opinativas, todos estes elementos apresentados comprovam que a opinião dos jornais extrapola para as matérias. Falta por parte dos jornais escutar outras fontes e diversificá-las e falta aprofundamento nas matérias que fazem previsões sobre a decisão do Copom e assim, trabalhar com todas as possibilidades: aumento, recuo e manutenção dos juros, ainda que o mercado indique somente uma possibilidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves. *A Modernização da Imprensa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica*. São Paulo: Ática, 1990.

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

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

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

\_\_\_\_\_. Paradoxos do Jornalismo Econômico. In: KUCINSKI, Bernardo. *A Síndrome da Antena Parabólica*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998. Cap. 1, p.37-46.

LACHINI, Cláudio. *Anábase - História da Gazeta Mercantil*. São Paulo: editora Lazuli, 2000.

MELO, José Marques de. *A Opinião do Jornalismo Brasileiro*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1985.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1999.

LAHÓZ, André. Por que os juros são tão altos? *Revista Exame*, São Paulo, 17 set. 2003. Disponível em: <[http://app.exame.abril.com.br/economia/conteudo\\_17061.shtml](http://app.exame.abril.com.br/economia/conteudo_17061.shtml)> Acesso em 09 nov. 2005.

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

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; ENRIQUEZ GARCIA, Manuel. *Fundamentos de economia*. São Paulo: Saraiva, 1998

WOLF, Mauro. Da Sociologia dos Emissores ao Newsmaking. In: *Teorias da Comunicação*. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999. Cap. 3, p.188-218.