

# O noticiário econômico e as políticas públicas de cunho social: *Sem diálogo*

**Paula Puliti\***

**Resumo:** A imprensa é uma instituição legitimada socialmente por defender a pluralidade de visões que marca os ambientes democráticos. É a partir do conhecimento das diversas linhas reflexivas que cada cidadão constrói a visão de mundo que lhe permitirá exercer seus mais básicos direitos de cidadão, entre os quais escolher as lideranças que, espera-se, conduzirão o país rumo ao desenvolvimento sustentado e abrangente. Portanto, as políticas públicas deveriam estar no centro da atenção dos jornalistas. No entanto, o noticiário econômico, núcleo temático da maior importância para todos os cidadãos, praticamente furta-se do papel de discutir políticas públicas do ponto de vista do impacto que têm na vida das pessoas. Pelo menos é o que aponta o acompanhamento sistemático do noticiário. A partir dos resultados de um levantamento quantitativo dos cadernos de economia de dois grandes jornais de conteúdo geral brasileiros, é possível verificar as raízes que levaram o setor público a ser noticiado exclusivamente a partir da ótica do ajuste fiscal para fins de geração de superávit primário. No noticiário econômico, o impacto dos investimentos em obras públicas é escamoteado pelo discurso de que a eficiência do Estado é medida não pelo que executa, mas pelo montante de gastos que deixa de executar. É uma abordagem que privilegia temas de interesse de um determinado grupo bastante organizado comunicacionalmente em detrimento de ministérios e instituições de mobilização social.

**Palavras-chave:** *Jornalismo; noticiário econômico; políticas públicas; jornalismo econômico.*

## The economic news and the public policies of social nature: Without dialogue

**Abstract:** The press is an institution socially legitimated as a defender of plurality of opinions, which is proper of democratic environments. It is from the knowledge of different aspects of reality and visions that individuals make up their minds and carry out their basic citizens' rights, such as choosing the leaders who will drive the nation towards sustainable and widespread development. Therefore, public policies should be the main target of journalism. However, when one assesses economic news, so central for voters decision-making, it is quite clear that the public sector is seen merely under the needs of primary surplus' generation. The impact of public investment in infrastructure works, for example, is overshadowed by a discourse according to which the efficiency of the public sector is measured through spending only. This article aims at assessing how federally-conducted public policies appear on the economic session of Brazilian newspapers of general content, taking into account the outcomes of a survey with two of the country's largest newspapers, as well as to set why the approach favors matters of interest of a specific and well-organized group and excludes ministries and institutions related do social-mobilization.

**Keywords:** *Journalism; economic news; public policies.*

**Artigo recebido em:**  
17 de setembro de 2010  
**Aprovado em:**  
1º de outubro de 2010

\* Doutora em Comunicação Social pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; Mestre em História Internacional pela London School of Economics and Political Science (LSE); docente-convidada da pós-graduação em nível de lato sensu da Disciplina 'Economia, Comunicação e Mídias' da UniFIAMFAAM; jornalista profissional em atividade.

paula.puliti@usp.br



## Introdução

O jornalismo é um campo legitimado pela ideia de que a democracia é um regime político superior. Dentro dessa ideologia, cabe à imprensa vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais abusos dos governantes, além de fornecer aos cidadãos informações necessárias para o desempenho de suas responsabilidades cívicas (TRAQUINA, 2004). O ethos contemporâneo da profissão, que se formou a partir das estreitas ligações do jornalismo com os ambientes democráticos, é o de trabalhar com a verdade, de forma neutra, imparcial e objetiva. É o que garante à imprensa credibilidade perante a sociedade. “Os jornalistas são vistos como os responsáveis pela transparência da administração pública e pela denúncia e vigilância do poder político, através da incumbência, que lhe atribuem os espectadores, de fornecer-lhes a essência dos fatos políticos” (ALDÉ, 2004). Nas sociedades de massa, os jornalistas têm ainda o papel de organizar as informações e apresentá-las à sociedade, refletindo códigos de ética aplicada que, embora variem de sociedade para sociedade, enfatizam a busca da verdade e do interesse público.

Mas o fato político não se restringe mais ao sistema partidário. Ao contrário. Nas sociedades contemporâneas ocidentais, em que as ideologias perderam força como impulsionadoras de votos, o eleitor – que ao mesmo tempo é um contribuinte – está preocupado em saber que destino o poder público dá aos recursos arrecadados na forma de impostos. Muitas vezes, isso é até mais importante do que a origem ideológica de um político. Assim, dentro do código deontológico que rege a imprensa, a cobertura de políticas públicas deveria estar entre os pilares que sustentam o noticiário.

Considerando-se os três grandes jornais diários impressos de conteúdo geral do Brasil – O Globo, Folha de S.Paulo e O Estado de S. Paulo<sup>1</sup> – o espaço reservado a temas de saúde, educação e transportes públicos, por exemplo, é o das editorias genericamente chamadas de “política” (primeiro caderno) e “cidades”. Mas quando se observa o núcleo temático de “economia”, que deveria discutir políticas públicas dentro de um enfoque de aplicação de recursos dos cidadãos, o que se vê é uma abordagem contaminada pela ideologia neoliberal-financeira, segundo a qual governos de países periféricos devem gerar excedentes (para pagar suas dívidas) e os gastos sociais só fazem diminuir esses superávits. Uma abordagem até que bastante convincente, tendo em vista que, de forma geral para as sociedades latino-americanas, os governos são corruptos e fazem mau uso do dinheiro público.

Entre os leitores que acompanham sistematicamente o noticiário econômico, é comum a percepção de que os assuntos relacionados ao setor público giram basicamente em torno do nível de gastos do governo federal, seu endividamento e o impacto das contas fiscais nas variáveis econômicas que podem influenciar o comportamento dos juros básicos da economia – a saber, a Taxa Selic, definida pelo Banco Central. As obras de saneamento e infraestrutura (atualmente ligadas ao Programa de Aceleração do Crescimento – PAC – de

<sup>1</sup> Depois de anos agonizando, o *Jornal do Brasil*, que já foi um dos mais prestigiados e bem feitos jornais do País, deixou de circular no formato impresso no último dia 1 de setembro.

âmbito federal), as ações de construção de moradia (programa “Minha Casa, Minha Vida”) e os preços das tarifas de serviços de utilidade pública (hoje definidos pelas agências reguladoras) são abordados nos cadernos de economia apenas quando adequados a matérias de políticas fiscal e monetária<sup>2</sup>.

Não é foco deste artigo analisar se as obras públicas têm caráter eleitoreiro. Mas sim, por que um núcleo temático de tamanha importância para os cidadãos, como a economia, produz um noticiário tão distante do leitor comum, que é ao mesmo tempo eleitor, contribuinte e usuário dos serviços públicos.

Buscando as raízes da predominância de abordagens de interesse do neoliberalismo-financeiro no noticiário econômico, pesquisa de conteúdo nos jornais Folha de S.Paulo e O Estado de S. Paulo entre 1989 e 2002 (início da redemocratização do País até o fim do segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso)<sup>3</sup> mostrou algo surpreendente. Num total de 580 matérias analisadas, o governo foi a fonte (categoria a partir de onde as matérias se originam) de maior prevalência, seguido por agentes do mercado financeiro e empresários. Mas não foram temas ligados a políticas públicas que predominaram entre as matérias originadas no governo. Pelo menos não as políticas públicas relacionadas ao dispêndio com obras de grande abrangência social. O governo brasileiro, na verdade, parece ter assumido a agenda do neoliberalismo-financeiro, defendendo assuntos como reformas (previdenciária, do funcionalismo, tributária e trabalhista), legislação permitindo a entrada de capitais externos e privatizações, sempre dentro da ótica do enxugamento das contas públicas e da melhoria do ambiente para o investimento estrangeiro, e não de políticas sociais. Refletindo a adoção de políticas econômicas de caráter neoliberal pelos governos pós-regime militar, foi nos anos 1990 que medidas do Banco Central e do Ministério da Fazenda, além das propostas do Executivo para a reforma do Estado e do sistema tributário, mais o comportamento dos gastos públicos e do mercado financeiro passaram a predominar no noticiário econômico, como se a população não tivesse outras necessidades econômico-sociais. Trata-se de uma abordagem que ainda predomina.

A análise do conteúdo noticioso referido na pesquisa acima mostrou claramente o contraste entre a presença constante de assuntos como reformas, privatizações, impostos, gastos públicos, arrecadação, superávits e déficits, câmbio, juros e bolsa de valores, e a ausência de assuntos que bem poderiam entrar no noticiário econômico, como investimentos em saneamento básico, infraestrutura, transportes públicos e habitação. Esses temas não apareceram uma única vez na amostragem entre as matérias de alto de cada página analisada – em tese, as mais importantes. Também não apareceu nenhuma menção ao IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), a principal fonte de elaboração e avaliação de políticas públicas no Brasil. Criado na década de 1960 como órgão vinculado ao Ministério do Planejamento, foi transferido à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República durante a

---

## **O governo parece assumir a agenda do neoliberalismo financeiro, dentro da ótica do enxugamento das contas públicas**

---

<sup>2</sup> Conclusões da tese de Doutorado “A Financeirização do Noticiário Econômico (1989-2002)”, defendida em 2009 na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

<sup>3</sup> Levantamento consta na tese de Doutorado “A Financeirização do Noticiário Econômico (1989-2002)”.

gestão Luiz Inácio Lula da Silva (2003 - ...). O noticiário econômico brasileiro, apesar de ser um núcleo de fundamental importância para o exercício dos direitos do cidadão – a política econômica e o investimento público têm impacto direto na vida de cada indivíduo – ainda mantém uma abordagem que privilegia os interesses ideológicos do sistema neoliberal-financeiro, que defende o Estado mínimo e o mínimo de regras que possam coibir o funcionamento do chamado livre mercado.

A constatação ajuda a explicar, por exemplo, a pouca atenção que os jornais dão ao IPEA. O próprio instituto demonstra ter essa noção ao defender a linha keynesiana de pensamento econômico:

Desde meados dos anos 1970, temos assistido ao crescimento de uma nova onda conservadora na teoria e na política econômica. Seu principal alvo foi o evidente domínio entre os policymakers e macroeconomistas das visões intervencionistas, atribuídas ao keynesianismo. Essa onda avançou em diversos aspectos, desde teoremas sobre a irrelevância de políticas econômicas no âmbito teórico, até os incentivos à independência dos bancos centrais, à privatização e à desregulamentação, e aos arranjos para o equilíbrio orçamentário, no campo econômico.

Modelos de ciclos político-econômicos foram criados com base na idéia de que policymakers sofrem da doença chamada viés inflacionário. (...) Keynes teria sido culpado porque atacou a necessidade de equilíbrio e fortaleceu aqueles que pensam que a prosperidade pode ser alcançada por outros meios que não o esforço árduo e a abstinência. (IPEA, 2007, p. 15-16).

## As influências sobre o noticiário econômico

O noticiário econômico tem sido dominado nos últimos anos pelo chamado discurso do pensamento único ou hegemônico. Trata-se do predomínio de uma visão de mundo que traduz os interesses neoliberais, representados pelo sistema financeiro. O neoliberalismo, como doutrina, é um corpo de regras que defende o livre mercado acima de quaisquer outros interesses. Para que o mercado esteja no controle da vida pública, é necessário que o Estado esteja ausente, algo que se consegue com privatizações, desregulamentações e rígido controle fiscal (RAMONET, 1995). Embora parte significativa das organizações não governamentais tenha surgido justamente na esteira do neoliberalismo, pela necessidade de preencher uma lacuna na condução de políticas público-sociais que os governos abriram mão de exercer, a relação da grande imprensa brasileira com tais grupos carece de confiança. Especialmente no âmbito da economia. Por que tem sido assim? Uma das respostas relaciona a predominância de algumas linhas de pensamento (do livre mercado) sobre outras (do poder público e das ONGs) à utilização de bem sucedidas estratégias de comunicação.

O jornalista tem o poder do reconhecimento da notícia e de projetá-la para além de sua própria circunscrição, bem como legitimar perante a sociedade as pessoas que dão entrevistas sobre determinado assunto. Estar no noticiário não é um processo que se pode chamar de natural, mas um caminho estrategicamente construído. É a profissionalização da relação com os jornalistas que garante espaço aos diversos agentes e, nesses termos, pode-se dizer que o acesso ao campo jornalístico é uma conquista (ALDÉ, 2004). O que o jornalismo veicula tem impacto direto na forma como o mundo é visto e entendido. Por isso os jornalistas são alvo de estratégias comunicacionais.

O forte caráter autorreferencial do jornalismo revela que o noticiário econômico no Brasil é dominado pelo discurso das elites, que falam basicamente sobre questões de seu próprio interesse. Analisando-se o noticiário econômico, percebe-se o predomínio do pensamento financeiro. Existem diversos fatores por trás do predomínio de determinadas idéias sobre outras. Cabe-nos aqui apontar uma das mais importantes: a capacidade de determinado setor se organizar comunicacionalmente, utilizando a mídia em larga escala para se transformar um porta-voz de toda a sociedade. Como transformar a rigidez fiscal no mais importante e fundamental da agenda econômica nacional? Do ponto de vista estritamente do pensamento econômico dominante, pode-se dizer que foi a desorganização das contas públicas desde a primeira metade do século XX que levou ao descontrole inflacionário dos anos 1980. É uma tese. Mas essa visão, na forma como vem sendo conduzida pela imprensa, interessa ao leitor não-especializado?

A título de ilustração, pesquisa realizada em 2003 pela Ipsos-Marplan, divisão da Ipsos Brasil, mostrou que entre aqueles que haviam lido Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo ou O Globo nos sete dias anteriores à pesquisa, apenas 25% haviam lido o noticiário econômico. Os outros 75% deixaram de lado os cadernos de economia porque não entendiam o que estava escrito ali. Não viram relação do noticiário com seus cotidianos. Outro dado: as notícias econômicas ocupavam a 12ª posição na lista dos temas preferenciais, de um total de 18, entre os assinantes desses mesmos diários. A temática econômica da imprensa só desperta o interesse de poucos, embora a economia esteja tão presente no dia-a-dia dos cidadãos.

Mas há aí um excelente exemplo de organização comunicacional, que poderia inclusive servir de exemplo a setores da sociedade que buscam construir ou ampliar o contato com a imprensa. No Brasil, o discurso neoliberal conquistou os jornais em parte por influência da imprensa estrangeira, mas em escala muito maior por conta do discurso estrategicamente preparado e veiculado por banqueiros, executivos de empresas, economistas e acadêmicos alinhados com a forma neoliberal de ver o mundo. Uma retórica que prega ser o neoliberalismo – atualmente mais conhecido como ortodoxia econômica, para fugir do estigma negativo do substantivo – a única teoria capaz de promover crescimento econômico sustentável e distribuição da renda, colocando fim às desigualdades sociais de forma científica e apolítica.

Faria (1994, p. 130-131) mostrou que a mídia endossou o programa de privatizações brasileiro, iniciado nos anos 1990, exclusivamente dentro da perspectiva de melhora das contas públicas e da redução do tamanho do Estado. O noticiário econômico não criticou os valores nem os critérios de avaliação

das estatais adotados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e sequer mencionou a ausência de política industrial no contexto da privatização. Os jornais brasileiros apenas endossaram o discurso privatista de governos com inclinação neoliberal, segundo o qual o Estado mínimo seria o pilar central da modernização econômica. O que os jornais criticaram ainda menos foi o fato de o governo brasileiro ter decidido destinar parcela importante dos recursos da venda de empresas públicas para pagar dívidas, mas não para investir em áreas sociais como saúde, educação, habitação e saneamento.

Ocorre que a imprensa brasileira se rendeu ao discurso da “Tina” (“There is no alternative”— não há alternativa) que caracteriza o pensamento único. Economistas das mais variadas filiações ideológicas defendem hoje que não existe mais política econômica de esquerda, de direita ou de centro. Mas sim a política certa, aquela tecnicamente fundamentada e neutra (a ortodoxa). Contra ela, existiria apenas a política errada, irresponsável, utópica, obsoleta, não-científica, ingênua, inflacionista e populista (PAULANI, 2008, p. 17). Se só há uma política macroeconômica cientificamente comprovada, um governo responsável, qualquer que seja sua filiação ideológica, deveria adotá-la. Qualquer pensamento dissonante é estigmatizado. “Não há alternativa”, ironiza a autora (op. cit.).

## A sedução pelo discurso

Por conta de sua legitimidade social e capacidade de definir as agendas, a imprensa é alvo prioritário de diversos grupos de interesses, entre eles ONGs, sindicatos, políticos, empresários e banqueiros, que objetivam ver suas ideias espelhadas em uma instituição de alto respeito e, assim, influenciar a seu favor no debate público. A adoção de estratégias de comunicação bem pensadas tem se mostrado certa quando se analisa o espaço e a credibilidade dos financistas (incluindo governos neoliberais) no noticiário. Entre as estratégias, que talvez faltem a outros grupos sociais, estão a formatação de um discurso persuasivo com bases supostamente científicas, retórica (aparentemente) apolítica, disponibilidade de atendimento e uma ampla oferta de estudos e levantamentos que servem de sugestão e orientação para matérias.

A economia é um campo novo de conhecimento, quando comparada à filosofia, à medicina, à astronomia e às artes da guerra, por exemplo. Sempre fora uma ciência muito mais social do que da natureza ou exata. A economia política, do século XVII, dedicava-se a estudar as relações de produção entre capitalistas, proletários e latifundiários. Tem lugar cativo entre as Humanas e somente se realiza como ciência se interagir com os conhecimentos que se interrogam a respeito do homem em sociedade. Pouco a pouco, porém, a partir do final do século XIX, a denominação economia política, muito ligada a pressupostos éticos, foi sendo substituída por economia, usada por aqueles que buscavam abandonar a visão de classes da sociedade. A economia, então, ganhou um enfoque mais matemático, axiomático e valorizador do cálculo, dentro da ideologia moderna de que aquilo que em virtude do cálculo é demonstrável, organizável e previsível não exige a caução de nenhuma autoridade.

de para ser dado como verdadeiro e universalmente válido (LEBARON, 2000; GORZ, 1988). A economia deixou de ser dedutiva para se tornar prescritiva, e sua ligação com o cálculo e a estatística a tem sustentado como uma ciência exata.

Assim, a ortodoxia econômica é provavelmente um dos discursos mais potentes a respeito do mundo social, “pelo fato, notadamente, de que a formalização matemática lhe confere as aparências ostentatórias do rigor e da neutralidade” (BOURDIEU, 2005, p. 54). Os financistas se apresentam à sociedade com o discurso da modernidade racional, que defende a liberdade de escolhas individuais, a justiça e a dignidade humana, que só são obtidas pelas leis racionais do livre mercado. Constroem consensos em torno de suas ideias, formando uma espécie de barreira ideológica. Quando há consenso, a sociedade passa a ser guiada por um pensamento incontestável e não dá espaço para alternativas (GOMES, 2003; GRUN, 2005; ORTIZ, 2006; MAGALHÃES, 2007). Quem ousa criticar o modelo econômico predominante é estigmatizado como retrógrado e obsoleto.

O discurso da racionalidade técnica cai como uma luva na autoprofessada imparcialidade da imprensa. Os números conferem à retórica da ortodoxia econômica um caráter não apenas de cientificidade, mas de neutralidade, objetividade e imparcialidade política que muito serve à prática jornalística. São discursos que desfrutam, por isso mesmo, de alta credibilidade. Ortiz (2006, p. 12) acredita inclusive que a linguagem hermética e de difícil compreensão para o cidadão não-economista seja uma forma de dominação social. A terminologia do mercado criou uma aura sacerdotal em torno da economia, ao mesmo tempo em que a falta de clareza do discurso econômico inibiu questionamentos. Tudo o que parece difícil parece também científico, e a ciência não admite questionamentos por quem é leigo. Como a mídia é o espaço estratégico de formulação de crenças e consensos, a fé que a sociedade deposita nas palavras dos representantes do mercado financeiro deve-se em grande medida aos jornalistas.

Papel central na disseminação de idéias têm os departamentos econômicos dos bancos, das corretoras e das consultorias econômicas – que indiretamente fazem parte das estratégias de comunicação com a imprensa. Altamente produtivos, oferecem uma ampla gama de estudos técnicos e comentários aos jornalistas. Esse material chega diariamente por email aos jornalistas, com comentários de equipes de economistas sobre política econômica e projeções sobre o comportamento do mercado financeiro e das variáveis macroeconômicas, denotando a existência de uma estratégia comunicacional. Os departamentos também oferecem aos jornalistas levantamentos exclusivos sobre temas da economia, que com muita frequência se transformam em matérias. Em princípio, os departamentos de economia das instituições foram criados para atender a clientes empresariais que necessitam de informações econômicas para planejar as atividades produtivas e financeiras de suas empresas e que pagam caro por elas. Mas essas áreas tornaram (com pouquíssimas exceções) suas equipes inteiramente dispostas a atender à mídia, provocando-a com o envio diário desses relatórios, em torno de um objetivo mais amplo que é o

---

**O noticiário econômico atual considera políticas públicas como meras peças de propaganda com fins eleitoreiros**

---

de construir espaços nos jornais. O material vem sempre acompanhado pelo nome e o telefone da mesa do economista que o elaborou, facilitando o acesso e ajudando na construção de laços com os economistas. Tornou-se cômodo para a imprensa receber essas informações.

Se o critério de credibilidade é um importante componente da relação entre jornalista e fonte, a disponibilidade é provavelmente ainda mais relevante, levada a sério pelas instituições financeiras. Os grupos de interesse querem a cooperação dos jornalistas para aparecer, e os jornalistas querem a cooperação dos grupos para ter notícias. É a cooperação que vai responder, em grande medida, à escolha de determinado tema e enfoque no noticiário em detrimento de outros assuntos e agentes (STEINER, 2006). Segundo Gans (1979 apud WOLF, 2001, p. 228), fontes que cooperam com os jornalistas são mais utilizadas que outras de maior credibilidade porém menos acessíveis. Por conta dos constrangimentos de horário, o telefone é o contato privilegiado entre jornalista e fontes, conseguindo reduzir em até 80% do trabalho de apuração do repórter (MORETZSOHN, 2002). E os economistas de bancos, por exemplo, atendem aos jornalistas nos fins de semana, nos plantões de feriados e até tarde da noite. Criam-se relações de confiança e de simpatia às vezes muito difíceis de ignorar. Atualmente, redações enxutas e relógios correndo cada vez mais rapidamente contra o fechamento dos jornais acabaram levando os jornalistas a depender de um número pequeno de fontes regulares, que acabam por dominar a relação porque estão sempre disponíveis.

Fontes disponíveis e de credibilidade podem ser chamadas de definidores primários – primary definers (HALL, 1973 apud TRAQUINA, 2004, p. 177-178). Os primary definers sabem oferecer material para notícias de acordo com o perfil de cada veículo de comunicação. Assessorados por profissionais, sabem inclusive que a rotina jornalística, sistematicamente pressionada pelo relógio, exige fatos novos todos os dias. Para Hall, há uma posição de subordinação dos jornalistas em relação aos “primary definers” (definidores primários, grupo que também inclui o governo), porque os jornalistas aceitam a definição do noticiário por parte dessa elite. Quando o jornalista conversa com um economista de mercado, ele se depara com um tom sacerdotal, que pode fazê-lo sentir-se intimidado em pedir explicações mais aprofundadas sobre o que o entrevistado está falando.

## A hierarquia da credibilidade

Dentro do código deontológico que rege a profissão, uma fonte só deve ser reconhecida como tal se desfrutar de credibilidade – algo que inclusive ajuda na produção jornalística na medida em que reduz a necessidade de checagem da informação. Segundo Traquina (2004, p. 190), autoridade e produtividade são os fatores que mais conferem credibilidade a uma fonte:

a) Autoridade: fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade e acadêmicos. É possível que o jornalista use a fonte mais pelo que é do que pelo que sabe, pois a maioria das pessoas acredita na autoridade da posição. Fontes que ocupam uma posição de autoridade formal são consideradas mais críveis do que outras;

b) Produtividade: quantidade e qualidade de material que a fonte fornece, diretamente ligada à necessidade que o jornalista tem de limitar o número de fontes a consultar por conta de custos e prazos limitados. As fontes produtivas fornecem os materiais suficientes para fazer a notícia.

De forma geral, essas fontes são profissionais dotados de altos conhecimentos técnicos, com habilidades discursivas, o que facilita o processo comunicacional que se dispõem a realizar.

## Conclusão

O viés do noticiário econômico brasileiro em relação às políticas públicas é basicamente ‘em quanto os gastos governamentais poderão impactar a geração de superávit primário’. Trata-se de uma abordagem que privilegia a linha de pensamento de um grupo de interesse bastante específico, o do neoliberalismo-financeiro, que tem entre suas principais bandeiras o rigor fiscal e o Estado mínimo. Políticas que não se enquadram nesse perfil noticioso não fazem parte do conteúdo econômico dos grandes jornais gerais brasileiros. Não se trata, porém, de um movimento novo. Os interesses do grupo representado pelo mercado financeiro têm forte presença no noticiário brasileiro desde o governo Fernando Henrique Cardoso, quando o País passou a adotar claramente as políticas macroeconômicas defendidas pelos financistas. O noticiário econômico atual considera políticas públicas como meras peças de propaganda com fins eleitoreiros. Muito do material de divulgação elaborado por organizações que discutem ou adotam políticas a partir de recursos públicos é avaliado como não científico e ideologizado. Parece haver um ruído muito alto que impede a comunicação entre as organizações públicas ou privadas que defendem e articulam a população para as políticas públicas e os jornalistas.

Este artigo procurou mostrar que a prevalência do viés financista no noticiário econômico resulta em parte da adoção de estratégias de comunicação bem sucedidas, que incluem um discurso racional-científico e (pretensamente) despolitizado, disponibilidade para conceder entrevistas, credibilidade institucional e alta produtividade com farto envio de material para as redações. Um nível de organização que outros grupos de interesse parecem não ter no País, exceto a área puramente econômica do governo federal.

As fontes “científicas”, disponíveis e de credibilidade tornaram-se os definidores primários – primary definers, sabendo oferecer material para notícias de acordo com o perfil de cada veículo de comunicação. Assessorados por profissionais, conhecem inclusive a rotina jornalística, sistematicamente pressionada pelo relógio, exigindo fatos novos todos os dias. Trata-se de um nível de organização, inclusive discursivo, que deveria ser atentamente observado e analisado por outros grupos interessados em ver suas ideias espelhadas na imprensa, incluindo ministérios públicos voltados para ações de base mais social – estes raramente são vistos no noticiário econômico, a não ser em matérias que versam sobre o mau uso do dinheiro público.

O grande desafio da imprensa que tem padrões éticos e democráticos é a construção de uma sociedade saudável e plural, o que só se consegue com equilíbrio de interesses. O noticiário econômico, como uma fonte fundamen-

tal de informações que permite aos cidadãos tomar suas decisões, inclusive e principalmente na hora de votar, parece não ter ainda se dado conta de que os temas aos quais se dedica não dizem respeito ao cidadão comum. Fala das elites econômicas para as elites econômicas. O leitor pode estar interessado, até para poder questionar a eficácia das medidas, em saber o quanto o governo está investindo para combater as altas taxas de criminalidade, ou na realização de obras que poderão gerar mais emprego e elevar a demanda pelos produtos de sua indústria. Ou em verificar o impacto das políticas públicas de transportes na vida de seus funcionários, que demoram horas para chegar ao trabalho. Os cidadãos têm interesse em uma gama enorme de assuntos ligados a políticas públicas. Mas a imprensa escrita prefere dar ênfase às contas públicas, alijando do noticiário inclusive parte considerável de instituições de mobilização social, cujo discurso é considerado politizado.

### Referências bibliográficas

- ALDÉ, A. **A Construção da Política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- AMORIM, R.L.C.; CAMPOS, A.G.; GARCIS, R.C. (Eds). **Brasil, o estado de uma nação – estado, crescimento e desenvolvimento: a eficiência do setor público no Brasil.** Brasília: IPEA, 2008.
- BOURDIEU, P. O Campo Econômico. **Política e Sociedade.** Florianópolis, v. 1, n. 6, p. 15-57, abril de 2005.
- FARIA, A. M. **O Jornalismo Econômico e a Cobertura sobre Privatização (1990/1991).** 1994. 85 f. Tese de Mestrado – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.
- GOMES, M. R. **Poder e Jornalismo.** São Paulo: Edusp, 2003.
- GRÜN, R. Convergência das Elites e Inovações Financeiras: a governança corporativa no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais,** São Paulo, v. 20, n.58, p. 139-161, junho de 2005.
- GORZ, A. **Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica.** São Paulo: Annablume, 2003.
- HA-JOON, C. Brasil se atrasa por vontade própria, avalia economista. **Folha de S.Paulo,** São Paulo, 19 de janeiro de 2009. Caderno Brasil página 16.
- LEBARON, F. **La Croyance Économique: les économists entre science et politique.** Paris: Editions Du Seuil, 2000.
- MAGALHÃES, J. P. A. Economia Brasileira: do pensamento único a vinte e cinco anos de semi-estagnação. **Causas e soluções.** Rio de Janeiro: Corecon-RJ, 2007.
- MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “Tempo Real”:** o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- ORTIZ, R. **Mundialização: saberes e crenças.** São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PAULANI, L.M. **Brasil Delivery: servidão financeira e estado de emergência econômico.** São Paulo; Boitempo, 2008.
- RAMONET, I. O Pensamento Único e os Novos Senhores do Mundo. **Cultura Brasileira,** disponível em [http://www.culturabrasil.org/pensamentounico\\_ramonet.htm/](http://www.culturabrasil.org/pensamentounico_ramonet.htm/). 1995.

STEINER, P. A **Sociologia Econômica**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.  
TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: por que as notícias são como são  
(Volume I). Florianópolis: Editora Insular, 2004.  
WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.