



Geografia da Notícia: Como os Acontecimentos Econômicos Nacionais são Repercutidos nos Jornais de Pernambuco¹

Caroline de Pontes Jordão Barreto²; Júlia Bezerra Salamé³; Mariana Banja Bezerra Correia⁴; Rafael Salviano Marques Marroquim⁵

Universidade Católica de Pernambuco

Professor Orientador: Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

Resumo

A pesquisa tem por objetivo averiguar o grau de repercussão dos acontecimentos econômicos nacionais na esfera pública local, a partir da análise das edições dominicais dos cadernos de economia veiculadas pelos dois principais periódicos pernambucanos, *Jornal do Commercio* e *Diário de Pernambuco*, no mês de março dos anos de 1999, 2003 e 2007. Embora o campo econômico se revele como importante nicho de racionalidade, a cobertura empreendida pelos jornais pouco ou em quase nada refletem a opinião de fontes do estado, determinando a prospecção de um não-lugar midiático. As notícias são majoritariamente construídas com relatos oficiais (governo, agentes do mercado financeiro) e expressam alto índice de narrativas com mecanismos internos de acesso (dimensão esotérica do discurso).

Palavras-chave

Jornalismo econômico; não-lugar midiático; representação social; discurso.

Introdução

No universo do *mass media*, da informação descontextualizada, pequenos e periféricos meta-acontecimentos (acontecimentos intermediados pelo discurso jornalístico) têm sido condicionados a personagens de espetáculo ou à simples desintegração. A homogeneização de conteúdos, partindo de grandes centros, hegemônicos sob os aspectos econômico e político, acaba por atingir a todos, de modo impositivo.

A realidade na qual se têm consolidado esses processos comunicacionais vivenciados em escala mundial impede muitas vezes que o local seja visto no vasto

¹ Pesquisa apresentada ao III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação - no Núcleo de Jornalismo e editoração.

² Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco e do curso de Direito da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: caroljordao@gmail.com.

³ Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: juliasalame@gmail.com.

⁴ Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco e do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: marianabanja@gmail.com.

⁵ Estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco e bolsista do Pibic-Católica de agosto de 2006 a junho de 2007. Email: rafael_marroquim@yahoo.com.br.



universo. Nessa ótica, Mello (2004), no livro *Comunicação de Interesse Público*, atenta para o fato “de o espaço marginal passar a não existir como elemento vivo, sendo para a mídia uma espécie de não-lugar” (2004, p. 117).

No jornalismo econômico essa relação ocorre de forma patente. O que reiteradamente se observa é que o noticiário desse campo, no Brasil, tem-se pautado, nas duas últimas décadas, pela uniformidade discursiva, veiculando o posicionamento de fontes oficiais (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Fiesp; Fundação Getúlio Vargas, FGV; Confederação Nacional da Indústria, CNI; Central Única dos Trabalhadores, CUT; Banco Central, BC; Federação Brasileira de Bancos, Febraban; etc.) em uma relação de imposição dos núcleos de forte potencial político-financeiro para as localidades periféricas.

Tal ambiente pasteurizado, sem identidade, ofusca o potencial existente na parcela alijada do centro (periferia) em surpreender e avançar na contra-corrente da verticalização comunicativa. Sem ter representações concretas, sentindo-se deslocado, o indivíduo acaba por buscar elementos que são exteriores ao seu universo real.

“Impedido, neste campo, de exercer cidadania, o leitor (...) torna-se consumidor de um mundo que não é seu. Distanciam-se dele tanto sua capacidade de interação e atuação neste espaço, quanto o seu poder de decidir rumos, conteúdos, formas” (MELLO, 2004, p. 124). Todavia, é mister manter-se atento aos riscos do reducionismo. É notório que no processo comunicativo da grande imprensa de núcleos hegemônicos (Sudeste/ Nordeste, Capital/ Interior) acentua-se a marginalização do periférico em dois aspectos: na sua presença e na ausência. Quanto à presença, no tocante à homogeneização, que recorre a estereótipos, sugere lacunas para a atual tendência ao grotesco. Na ausência, por não haver referência noticiosa para o *mass media*, se configura o não-lugar midiático, exclusão do que é marginal.

A história recente da economia brasileira evidencia o já posto. A sucessão de pacotes econômicos, lançados um após o outro - o Milagre Econômico e os planos Cruzado, Bresser, Cruzado Novo, Verão, Collor I e II, Real (no período de lançamento) -, e a mitificação da mídia nacional, por meio da voz de economistas-gurus, marcam o distanciamento da realidade econômica nacional. Os referidos pacotes, longe de terem sido uma solução, revelaram-se apenas um coro uníssono das autarquias do mercado financeiro do eixo Centro/Sudeste do país.

Assim, o que ocorre é a dependência na construção da notícia local (periférica), sobretudo as de cunho econômico, por meio da ausência de repercussão das temáticas nacionais. A esfera pública estadual acaba designada ao papel de coadjuvante ou mesmo de ventríloqua do noticiário das agências e fontes de grandes centros nacionais. A sobreposição de temáticas cria, por conseguinte, verdadeiro “fosso geográfico da notícia”, impedindo o discernimento público e a formação de sentido local frente às questões de caráter nacional.

Para mensurar o nível de repercussão com fontes da esfera pública econômica local sobre temas nacionais, optou-se pela análise dos periódicos pernambucanos *Jornal do Commercio* e *Diario de Pernambuco*. A análise abrangeu o caderno de economia desses jornais, levando em conta o grau de repercussão, a natureza e dimensão do discurso veiculado, bem como os atores (fontes) suscitados em cada matéria. Dessa forma, buscou-se desenvolver um instrumental técnico capaz de aferir os liames não-revelados, a mitificação empreendida nos limites do não-lugar midiático, tentando, assim, fazer do jornalismo um espaço de articulação, de socialização e, sobretudo, transformação.

Método e itinerários – amostra estratificada

O *corpus* da pesquisa consiste nas matérias da editoria de economia dos veículos *Jornal do Commercio* e *Diario de Pernambuco*, ambos os periódicos foram selecionados pela quantidade de vendas por assinatura e pelo tempo de atuação. O *Jornal do Commercio* foi fundado há 88 anos e, atualmente, é líder de vendas por assinatura aos domingos, com circulação média de 48.682 exemplares – segundo levantamento do Departamento Comercial do periódico referente ao mês março de 2007; o *Diario de Pernambuco*, por sua vez, é o mais antigo jornal da América Latina com 182 anos. O jornal teve circulação, por assinantes, de 39.622 exemplares nos domingos de março de 2007.

O material noticioso foi coletado, no que concerne à análise quantitativa, em março dos anos de 1999, 2003 e 2007. Foram passíveis de investigação os domingos de cada mês em questão, levando em consideração notícias com relação a temáticas de cunho nacional, o que não implica, necessariamente, na avaliação apenas das matérias advindas de agências de notícias.

O método da coleção de dados teve como estratégia o limiar estratificado. Tal metodologia se caracteriza por critérios que envolvem todo o universo da análise.

Segundo Jorge Pedro Souza, a amostra estratificada compreende a fixação de itinerários capazes de garantir maior confiabilidade à quantificação. “A amostra estratificada não é pura, mas sim complementada (...) com o ‘método dos itinerários’ (...) para seleção das unidades da amostra” (2004, p. 52).

Nesse sentido, esta pesquisa tem como norteadores da análise os períodos de formulação e discussão de pacotes econômicos (anos e meses escolhidos), bem como o cotidiano dos *media* (dias selecionados). Em geral, as políticas nas esferas executiva, estadual e federal são iniciadas e/ou debatidas no mês de março, quando os mandatos das coalizões políticas são iniciados. Por isso, a importância em se verificar o nível de repercussão em um momento onde as decisões no campo econômico afloram significativamente. Optou-se pela abordagem dos anos de 1999, 2003 e 2007 por serem períodos de transição político-econômica, marcados pelo segundo mandato do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e pelo primeiro e segundo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Quanto ao dia, deu-se prioridade aos domingos. A decisão de se investigar o conteúdo publicado pelas editorias de economia neste dia deve-se a uma própria dinâmica da atividade jornalística. É no domingo quando os jornais investem em grandes reportagens, em que sugerem os desdobramentos das notícias veiculadas durante a semana e, até, antecipam cenários. Dessa maneira, observa-se, além do maior volume de matérias rodadas, a influência do fator tempo, que mais diluído para as produções dominicais, permite aos jornalistas um maior período para refletir sobre o noticiário.

Emancipação e pluralismo metodológico

A regressão estatística proposta na análise tem por objetivo reunir aspectos das ciências empírico-analíticas, histórico-hermenêuticas e críticas em torno de interesses emancipatórios, indo além do monologismo científico. Ambos modelos de cientificidade foram desenvolvidos na linha do pluralismo epistemológico proposto por Jünger Habermas no livro *Conhecimento e interesse* (1984), que atribui a essas três vertentes fatotes significativos na construção do conhecimento.

No que concerne às ciências empírico-analíticas tem-se o rigor técnico, com o estabelecimento de itinerários e regras para compor as amostras no programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), o que permitiu melhor sistematização das variáveis e a elaboração dos gráficos. As ciências histórico-hermenêuticas, por seu



turno, fundamentadas na intersubjetividade e pretensões de validade, foram também de grande valia. Por se constituir no bojo da *praxis* pública, primordialmente nos campos político e econômico das organizações sociais, pôde-se levar a cabo discussões acerca da criação de sentido nos desrompimentos comunicacionais atribuídos ao fosso geográfico, compreendido entre a produção da notícia e as estruturas de poder.

Todavia, ao aliar tais características buscou-se “determinar quando afirmações teóricas atingem regularidades invariantes da ação social como tal, e quando elas expressam relações ideologicamente congeladas de dependência que podem, em princípio, ser transformadas” (HABERMAS, 1984), garantido mudanças sociais a partir da criticidade e emancipação. Dessa forma, além da quantificação pretende-se, neste estudo, buscar a qualificação dos resultados obtidos, conforme observam Bauer, Gaskell e Allum (2002):

Os dados não falam por si mesmos, mesmo que sejam processados cuidadosamente, com modelos estatísticos sofisticados. (...) A grande conquista da discussão sobre métodos qualitativos é que ela, no que se refere à pesquisa e ao treinamento, deslocou a atenção da análise em direção a questões referentes à qualidade e à coleta de dados (Bauer, Gaskell e Allum 2002, p. 24).

A pesquisa busca alicerce metodológico em uma teoria crítica, o que aprofunda o debate público acerca dos procedimentos e estratégias dos *media* em relação à cobertura dos acontecimentos econômicos e aglutina, em um pluralismo epistemológico, as tradições científicas propostas por Habermas: empírico-analíticas, histórico-hermenêuticas e críticas.

O valor-notícia no jornalismo econômico

Com o surgimento dos burgos, originários no outono do medievo, o capitalismo iniciou sua consolidação em meio às trocas comerciais que afluíam em algumas localidades do velho continente. Expandindo-se dos Estados do Norte italiano para a Europa central e setentrional, tais relações de comércio ocasionaram o surgimento dos primeiros depósitos nos Países Baixos e, depois, as grandes feiras como a da Champagne, no século XIII, e da Antuérpia, em 1531.

Fomentando elementos para uma nova ordem social em que o sistema cortesão de virtudes, baseado na forma cristã e aristotélica, perdeu espaço, o capitalismo mercantil tomava forma e já desenvolvia técnicas do capitalismo financeiro (ordens de pagamento, letras de câmbio, bolsas).

(...) Com a expansão do comércio, o cálculo comercial, orientado pelo mercado, precisava, de modo mais freqüente e exato, de informações sobre eventos espacialmente distanciados. Por isso, a partir do século XIV, a troca antiga de cartas comerciais foi transformada numa espécie de sistema corporativo de correspondências. (...) As grandes cidades comerciais são, ao mesmo tempo, centros de trocas de informações /31/ (...) Mais ou menos contemporâneos ao surgimento das bolsas, o correio e a imprensa institucionalizaram contatos permanentes de comunicação (HABERMAS, 1984, pág. 29).

Nessa perspectiva, as transformações ocorridas no campo econômico foram respaldadas por “uma peculiar força explosiva: a imprensa”. As correspondências privadas contavam, então, com um noticiário amplo e minucioso acerca das assembleias parlamentares e guerras, bem como informavam sobre resultados de colheitas, impostos, transporte de metais preciosos e, surpreendentemente, sobre o comércio internacional.

No entanto, segundo esclarece Habermas:

Só um filete dessa torrente de informações passa pelos filtros desses jornais ‘manuscritos’ até os referidos jornais impressos (...) O filtro do controle extra-oficial de informações dos grandes comerciantes e da censura oficial de informações feitas pelas administrações passa essencialmente informações do estrangeiro, da côrte, e as notícias menos importantes do comércio; do repertório dos folhetins preservavam-se as tradicionais ‘novidades’: as curas miraculosas e os dilúvios, os assassinatos, epidemias e incêndios (HABERMAS, 1984, pág. 34 e 35).

Assim, a imprensa consubstanciou-se como aparelho sistêmico útil aos interesses do poder administrativo e do mercado aliado à inversão do valor de uso pelo valor de troca. As notícias de interesse público eram, em grande parte das vezes, extirpadas do conhecimento da maior parte da população por meio da linguagem especializada e censura das grandes corporações. Fruto das trocas comerciais, os jornais corroboraram à consolidação do capital financeiro por meio do “capital simbólico”. A grosso modo, a informação assumiu o posto de mercadoria.

Posteriormente, no final século XIX e início do XX, após as duas grandes guerras e a divisão mundial do poder econômico, os *media*, detentores de informações privilegiadas, continuaram a se utilizar da imprensa para gerir os rumos do capital financeiro. Dessa vez, os antigos “correios”, que noticiavam as feiras dos séculos XV e XVI, deram lugar a novos atores: as agências de notícias.

Desde o surgimento dos grandes empréstimos bancários coletivos, os empréstimos sindicalizados (*syndicated loans*), por volta de 1967, ficou evidenciada a relação direta entre os novos meios de comunicação e novos tipos de operações econômicas financeiras (...) Nessa época, a AP-Dow Jones introduziu seu *Economic Report*, que fornecia

informação financeira em profundidade. Seguiram quase uma dezena de serviços semelhantes, entre os quais o *Bankers Report*, o *Euro Financial Report*, o *Petroleum News Service*, disseminados principalmente pela Reuters e pela AP- Dow Jones, que se tornaram as duas agências de maior influência nos mercados financeiros (KUCINSKI, 2000, pág. 158).

Na década de 80, a Reuters passou a operar um sistema de transação de serviço fechado de informação, *Reuters Monitor Dealing*. A partir daí, o assinante informava-se das cotações e fechava negócios pelo mesmo sistema. Cerca de 75% de todo faturamento de notícias da Reuters era auferido de informações econômicas.

Atualmente, mais precisamente desde o dia 15 de maio deste ano, a agência britânica aceitou a proposta de 17,2 bilhões de dólares da canadense Thomson Corp. A união das duas empresas compõe o maior grupo mundial de informações financeiras, superando a Bloomberg, um dos principais provedores mundiais de informação para o mercado financeiro. Os terminais de informações Bloomberg estão presentes em quase 100% dos bancos, corretoras e seguradoras no mundo. Possui também emissora de televisão a cabo, a Bloomberg Television, que faz a transmissão ao vivo das principais bolsas de valores ao redor do globo.

No Brasil, as agências de notícias de maior repercussão nacional vêm dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, ambos sediados na cidade de São Paulo, principal eixo econômico do país.

Ao contrário das agências internacionais, [esses dois jornais] reservam para si o que consideram a nata do noticiário, especialmente os furos (informações exclusivas) disseminando apenas o que consideram acessório. Mais recentemente, o jornal *O Estado de S. Paulo* passou a operar o serviço de importação contínua ou em tempo real, via computadores e fax, para assinantes selecionados. O trabalho dessas agências explica o caráter unificado da cobertura da maioria dos jornais, como se tivessem sido orientados por uma única pauta e redigidos pelo mesmo editor (KUCINSKI, 2000, pág. 161).

A internet, nesse segmento, possui papel central. As notícias econômicas podem ser veiculadas, de modo restrito, a grupo seletos de investidores e acionistas que se utilizam do modelo de acesso interno (HABERMAS, 1997), isto é, quando os atores da estrutura de poder ligados ao mercado financeiro saciam seus interesses num espaço privilegiado, em que as questões não são tratadas abertamente e as

decisões são divulgadas como fatos dados, mitificados. À esfera pública, é relegado o papel de expectador narcotizado, quase em um estado de repouso e restrita a (re)feudalização do campo econômico.

Como exemplificação de tal fato, tem-se o escândalo que envolve reuniões secretas do Banco Central (BC) brasileiro com agentes seletos do mercado financeiro. Segundo a matéria ‘República Distante’, publicada pela revista *Carta Capital*, oficialmente as reuniões inexistem, não constam da agenda do BC e, tampouco, os resultados são revelados à imprensa. “Trata-se de uma festa para poucos, em que as práticas de democratização da informação passam ao largo”:

A alegação, ainda oficial, é que, das reuniões, saem dados concretos para que o BC redija o relatório trimestral de inflação. Mas e o setor produtivo? E os economistas das universidades? Ou seriam os últimos incapazes de prover o BC de análises consistentes? É relevante lembrar que a autoridade monetária já dispõe de um canal de comunicação com o mercado, por meio da Gerência Executiva de Relações com Investidores (Gerin) (...). As reuniões ocorridas em São Paulo e no Rio foram ricas em percepções e informações. Pena que ninguém, a não ser o mercado, teve acesso às discussões. A mídia sistematicamente ignora tais eventos, **exceção feita às agências de notícias on-line, cujos clientes são os próprios bancos e corretoras** [grifo nosso] (...). Nas exposições iniciais, os diretores do BC Mesquita e Azevedo disseram estar o País menos vulnerável, com reservas internacionais sólidas (acima de 100 bilhões de dólares), mas insuficientes para ter tranquilidade. Recado dado e assimilado: o BC vai manter a política agressiva de compra de dólares no mercado. Ou seja, a moeda não cairá abaixo de 2 reais. Afirmaram ainda que a alta recente da inflação foi pontual, mas cabe à autoridade monetária “não deixar o repique se espalhar para os demais preços da economia”. Leia-se: quem apostava em queda de meio ponto porcentual da taxa Selic na próxima reunião do Copom saiu convicto de que ela cairá não mais que 0,25 ponto. (LIRIO e PINHEIRO, “A República distante”, *Carta Capital*, 20 de maio de 2007).

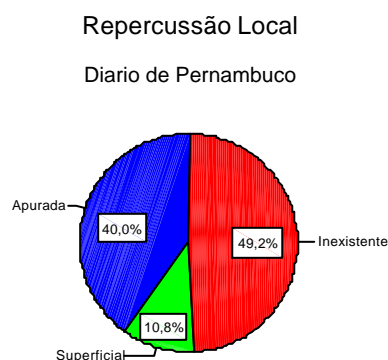
As denúncias trazidas pela notícia consubstanciam a tríade composta por instituições estatais, agentes do mercado financeiro e a mídia especializada (nesse caso funcionando como fator de homogeneização das informações privilegiadas). O princípio da transparência, outorgado constitucionalmente às instituições públicas, é, nessas condições, relegado, deixando às demais parcelas da população apenas o eco daquilo já consumado nas camarilhas econômicas e sua nata noticiosa responsável, não poucas vezes, pela miséria de muitos. Mesmo as notícias à deriva desse filete, veiculadas na grande mídia, não são, em parte das vezes, acessíveis ao “leitor comum” e reverberam,

em sentido mais amplo, a naturalização desses acontecimentos, com a incorporação de produtos humanos como algo reificado, distante da ação do homem enquanto sujeito da história e norteador dos rumos de sua comunidade.

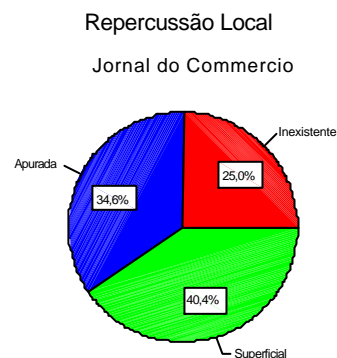
Estudo de caso – a repercussão do noticiário econômico nacional nos jornais de Pernambuco

Após a análise de 125 notícias das editorias de economia dos periódicos *Jornal do Commercio* e *Diario de Pernambuco*, o resultado obtido aponta para um alto índice de matérias com temáticas nacionais sem a participação efetiva da esfera pública local nos debates. Os assuntos tratados, como reformas econômicas (previdência, tributária), privatizações de instituições públicas e crise do Real, embora de grande interesse para o estado, pouco ou quase nada refletiu a opinião de fontes pernambucanas, se restringindo a declarações do Governo ou instituições do eixo econômico Rio de Janeiro-São Paulo.

Para avaliar o grau dessa repercussão, dividimos a variável em três graduações: apurada, superficial e inexistente. A primeira corresponde a matérias cuja cobertura estabelece vínculos significativos entre a realidade nacional e local, com aparecimento de atores da esfera econômica do estado; no segundo caso foram classificadas as notícias que apenas mencionavam a localidade, sem estabelecer relações concretas, entre as fontes; a terceira variação marca o material noticioso sem desdobramento algum acerca dos acontecimentos do país em Pernambuco.



Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007



Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007

Com a análise dos gráficos observa-se que os dois periódicos cumprem o papel de aproximar a realidade 'exterior' ao local, contudo ignoram o fato de que a



localidade verá o distante de modo próprio. A capacidade da comunidade de opinar e vislumbrar sobre os possíveis desdobramentos é, nesse caso, tolhida, ausente. Constitui-se, assim, o fosso entre atores e espectadores, a dominante presença do não-lugar midiático.

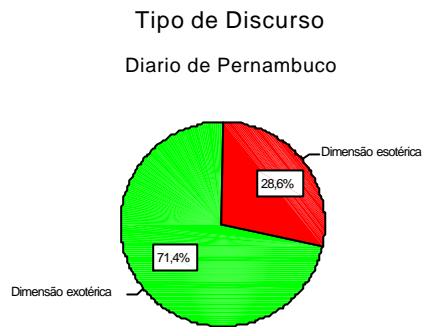
Outro aspecto analisado corresponde ao tipo de discurso das matérias de caráter nacional. Segundo Adriano Rodrigues (2002), enquanto outros tipos de discurso restringem-se a um domínio específico da experiência, como discursos (internos) *esotéricos*, o jornalístico relaciona-se ao fato de não ter o âmbito de sua legitimidade restrito a determinadas instituições, sendo transversal ao conjunto de todas as áreas da experiência moderna, o que o lhe garante um caráter *exotérico*⁶.

A diferença entre os discursos das outras instituições e o discurso jornalístico é que aqueles precisam funcionar como mecanismos de controle de acesso e este necessita seguir o imperativo da transparência e da visibilidade universal. Ao abarcar um sistema que torna as modalidades discursivas exotéricas, acessíveis à esfera pública geral, o discurso jornalístico favorece às condições capazes modificar as relações de força entre a sociedade civil e o sistema político-econômico.

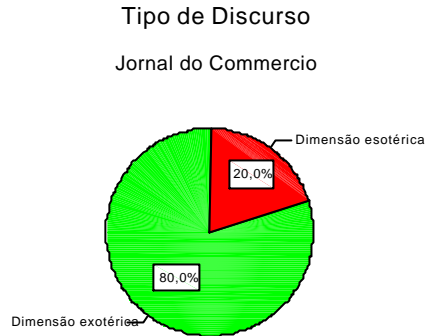
Dessa forma, no discurso do jornalismo econômico habita uma linguagem sacralizada, que utiliza-se de termos técnicos, os quais são de difícil compreensão para o público não especializado. Neste contexto, resta patente a importância da linguagem, como elo, capaz de aproximar, ou de afastar, o público dos assuntos tratados.

No tocante às questões econômicas, a linguagem tem servido como obstáculo à tomada de contato com os assuntos tratados, à aproximação, enfim, tem sido utilizada pela própria mídia que dela faz uso como muro (qual o Muro de Berlim, só que, aqui, separando os que detêm capital a investir daqueles que não têm quantias a aplicar), para afastar aqueles a quem as informações econômicas interessariam dos outros a quem tais informações não diriam respeito.

⁶ O termo técnico **exotérico** é aplicado por Rodrigues (2002, p. 220) às modalidades discursivas que se dirigem a toda a sociedade. O termo **esotérico**, por sua vez, designa, ao contrário, os discursos direcionados aos membros de uma instituição específica, exigindo o domínio das representações simbólicas próprias.



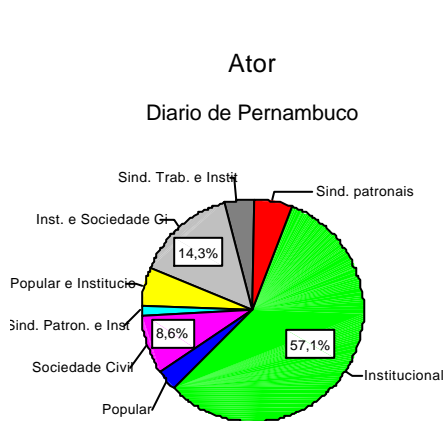
Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007



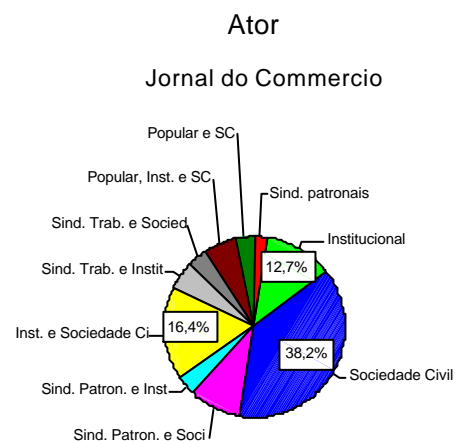
Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007

Com base nos dados, atenta-se para um número significativo de notícias com uma linguagem especializada, repleta de jargões econômicos não traduzidos para o entendimento do público. No Diario de Pernambuco, o índice chega a mais de um quarto das matérias e no Jornal do Commercio, a um quinto, o que atesta a necessidade dos escritos serem mais simples, no sentido de traduzir os liames das instituições econômicas, de modo a construir sentido na esfera pública.

Por fim, foi também investigado o campo social de atuação das fontes suscitadas nas matérias. Enquanto o Jornal do Commercio teve cobertura ancorada na sociedade civil (empresários, advogados, componentes do terceiro setor) o Diario de Pernambuco apoiou-se majoritariamente na declaração de fontes institucionais como o Governo e universidades.



Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007



Dados coletados de março de 1999, 2003 e 2007

Os resultados demonstram, sobretudo no Diario, um acesso privilegiado por parte das fontes oficiais do governo dentre outros agentes institucionais do



mercado. O que atesta, de certo modo, as inferências da Teoria do Agendamento sobre a conjunção de componentes noticiosos: a agenda midiática (ou agenda jornalística), o conteúdo da mídia; a agenda pública, acontecimentos e assuntos vividos efetivamente pelas pessoas que compõem o público por serem considerados como relevantes; e agenda das políticas governamentais, eventos e informações empreendidas pelo Estado (MOLOTCH; LESTER, 1999).

Quando relacionado o espaço cedido aos sindicatos dos trabalhadores e aos dos patronais, tem-se uma aparição maior dos primeiros sobre os segundos. O fato pode ser explicado por meio de condicionamentos atinentes à mídia moderna expostos pelos pesquisadores Herman e Chomsky (1999). De modo amplo, os teóricos apontam amarras para as quais o jornalismo estaria submetido: a estrutura de propriedade dos mídia, a sua essência capitalista, as ações punitivas dos poderosos e, justificando os números encontrados na pesquisa, a dependência dos jornalistas em ouvir fontes governamentais e fontes do mundo empresarial, com ênfase nestas. Os periódicos, nesse viés, terminam aliados aos interesses e à ideologia das elites político-econômicas, deixando de apresentar pretensões legítimas de validade para mudanças e aprimoramento social.

Conclusão

As relações apresentadas, de permanente construção de um jornalismo fincado na verticalização e imposição de conteúdos noticiosos econômicos advindos dos centros hegemônicos, sem a repercussão de algo que provoca reações específicas ao destinar-se a(s) periferia(s), sob a justificativa da ausência de competência e necessidade dos que compõem o local, estão ligadas a uma espécie de *(re)feudalização* do campo econômico. Nela, os indivíduos portam-se, tal qual na Idade Média, como meros espectadores da realidade, não podendo, assim, interagir e atuar de forma significativa no espaço público e distanciando-se das construções histórico-sociais.

Referências

BAUER, Martin; GASKELL, George (Org.). *Pesquisa qualitativa, com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002



HABERMAS, Jürgen. **A mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **Conhecimento e interesse**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987.

HERMAN, Edward. A diversidade de notícias: marginalizando a oposição. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

MELLO, Ricardo. **Comunicação de interesse público: a escuta popular na comunicação pública : tentando construir uma nova política**. Recife: Massangana, 2004.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. *As notícias como procedimento intencional*. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editoria, 1999.

PINHEIRO, Márcia; LIRIO, Sérgio. “A República distante”, *Carta Capital*, 20 de maio de 2007.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2000.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso jornalístico. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 2002.

SOUSA, *Jorge Pedro*. Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.