

Jornalismo Econômico: O Desafio de Simplificar sem Comprometer a Profundidade¹

Felipe Gustavo Guimarães SALDANHA²

Marcelo Marques ARAÚJO³

Gerson de SOUSA⁴

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente artigo apresenta o surgimento do jornalismo econômico no Brasil e sua consolidação após o golpe de 1964. Na sequência, discorre sobre as características da especialidade, com foco na linguagem, principais desafios, fontes e subeditorias. Em seguida, aborda a práxis desta editoria, com exemplo de aplicação dos conceitos teóricos em reportagem e glossário com termos utilizados na cobertura de economia popular. Finalmente, convida o leitor a refletir sobre o papel do repórter de Economia na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: economia; especializado; jornalismo.

INTRODUÇÃO

Este artigo se propõe a apresentar resumidamente como o jornalismo econômico se estabeleceu no Brasil e quais são suas principais características, com o intuito de possibilitar ao leitor um panorama geral sobre a especialidade e permitir um melhor entendimento sobre os textos especializados econômicos, sobretudo no caso daqueles com pouca afinidade com a área.

Kucinski (1996 apud JACOBINI, 2008, p. 192) define o jornalismo econômico como aquele “não voltado apenas a acontecimentos excepcionais e singulares, [mas que] trata da constante transformação da realidade econômica, das novas variáveis que surgem e da ausência de independência dos fatos”. A partir das definições de economista, por Diane Coyle, e de jornalista, por Bill Kovach e Tom Rosentiel, Corrêa e Renault (2006, p. 2)

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Artigo apresentado como exigência parcial para aprovação na disciplina “Jornalismo Especializado” do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, email: fgsaldanha@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutor. Professor do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, email: mmaraujo@faced.ufu.br

⁴ Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e professor adjunto do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, email: gerson@faced.ufu.br

afirmam que “a função do jornalista de economia é fornecer às pessoas informações que as tornem capazes de aproveitar as oportunidades e fazer escolhas disponíveis a todos no dia-a-dia, auxiliando o maior número de pessoas em busca do bem-estar”. É sabido que ao jornalista especializado cabe analisar a realidade, proporcionando uma interpretação do mundo como mais refinada possível, ajustando a língua para um nível que é determinado pelo meio, de modo a aprofundar os interesses e necessidades do público (ORIVE; FAGOAGA, 1974).

O artigo mostra um breve resgate histórico sobre o desenvolvimento da especialidade “Economia” no Brasil, com foco no período do regime militar, quando se expandiu e consolidou. A seguir, o artigo faz uma caracterização do jornalismo econômico nos seguintes aspectos: linguagem, principais dificuldades, fontes e subeditorias – com foco no segmento de economia popular, sobre o qual são apresentados um exemplo de aplicação dos conceitos teóricos em reportagem e um pequeno glossário com os principais termos utilizados no noticiário. Por fim, expõe reflexões e considerações sobre o papel do jornalista econômico na sociedade.

HISTÓRIA

Caldas (2003) defende que o jornalismo econômico surgiu junto com a imprensa. Desde o final do século XIX, os jornais brasileiros possuíam colunas com temas exclusivamente econômicos. No início do século XX, passaram a publicar seções de mercados, com informações sobre cotação de abertura e fechamento dos mercados dos principais produtos agrícolas. Leite (2010) afirma, no entanto, que as colunas econômicas ainda utilizavam linguagem bastante técnica, e que só a partir da Era Vargas, com a industrialização e a disseminação dos direitos trabalhistas, é que a especialidade começou a expandir.

Com o golpe de 1964 e a censura imposta aos jornais sobre os assuntos políticos, a economia conquistou seu espaço. O poder do ministro da Fazenda era quase ilimitado e o Legislativo estava combalido. Nas redações, a apuração passou a ser segmentada por setores econômicos específicos – estatais, órgãos do governo, bolsa de valores – fazendo surgir a especialização no jornalismo econômico (CALDAS, 2003). Se, a princípio, esse tipo de cobertura era incentivado pela própria ditadura, ele provou ser depois uma reação ao

regime, uma vez que “traduzir o milagre econômico⁵ era a única forma que os jornalistas tinham de derrubar o regime militar e provar que ele era inviável” (BASILE apud CALDAS, 2003, p. 8).

Nesse período, o encarte *Diretor Econômico*, do *Correio da Manhã*, consolidou a cobertura econômica, adotando uma linha editorial crítica, esclarecedora e denunciadora, mas que não resistiu ao *boom* da Bolsa do Rio de Janeiro em 1971, à crise de confiabilidade dos leitores e à derradeira suspensão pela ditadura (LEITE, 2010; BAHIA, 1990 apud JACOBINI, 2008).

Nos anos 1980, com as greves operárias, a recessão, os saques a supermercados e a inflação, o jornalismo econômico ganhou espaço através do jornalismo de serviços, orientando o público sobre formas de aplicar o dinheiro, alíquotas de imposto, pesquisas de preço (NUNES, 2010). Nos anos 1990, a repercussão nacional do confisco das poupanças durante o governo do presidente Collor levou a especialidade a continuar conquistando seu espaço (LEITE, 2010).

Os primeiros jornais e revistas especializados em Economia surgem no início da ditadura. Na segunda metade dos anos 1960, a Editora Abril criou as revistas técnicas *Química e derivados*, *Plásticos e embalagens*, *Máquinas e metais* e *Transportes modernos*. *Exame*, criada em 1967, nasceu como encarte dessas publicações, cresceu e se tornou a principal revista de economia do país (CALDAS, 2003).

Em 1975, a *Gazeta Mercantil* passou por reforma e começou a publicar notícias organizadas por editoriais, tornando-se a primeira experiência de sucesso como jornal econômico informativo (CALDAS, 2003). Chegou a uma tiragem de mais de 140 mil exemplares, mas parou de circular em 2009 por conta de dívidas trabalhistas (LEITE, 2010).

Já o *Valor Econômico* surgiu em 2000, a partir de uma joint-venture entre as Organizações Globo e a Folha de S.Paulo, focado nas classes A e B. Para concorrer com o *Valor* e aproveitar o vácuo deixado pela *Gazeta*, o grupo português Ongoing criou o *Brasil Econômico* em 2009. Ao contrário de seus antecessores, o *Brasil* se diferencia no formato estético – tabloide – e no tipo de conteúdo – que inclui reportagens sobre política e sociedade (LEITE, 2010).

⁵ “O milagre econômico ocorreu durante a ditadura militar brasileira, no período de 1968 a 1971, marcado por uma taxa de crescimento de 9% ao ano e estabilização da inflação em torno de 20% gerando grandes expectativas otimistas quanto ao futuro” (FISHLOW, 1971 apud JACOBINI, 2008, p. 207).

Na televisão, destacou-se um ex-comentarista de futebol que foi contratado pela TV Gazeta em 1972 para trazer à economia a linguagem popular e inovadora que desenvolveu na editoria de esportes: Joelmir Beting. Sua preocupação com a explicação didática dos assuntos tratados e a popularidade de seu programa lhe valeram o apelido de “Chacrinha da Economia” (CALDAS, 2003).

CARACTERIZAÇÃO

Sobre a linguagem a ser empregada no jornalismo econômico, Kucinski (2007, p. 167) defende que seja acessível: “O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendam, e sem violar os conceitos criados pelos economistas”. O autor alerta que o repórter só conseguirá alcançar a clareza em seu texto se entender o fenômeno econômico a que se propõe reportar e analisar. Do contrário, o jornalista acaba utilizando o recurso de se proteger apelando para os jargões dos economistas, dando origem ao chamado “economês”. Joelmir Beting ironiza a aplicação deste “idioma” nos meios de comunicação:

Economês: “A problemática de meu orçamento-programa emana da insuficiente alocação de recursos de liquidez exigidos por uma complementação transicional de capital de retorno da alienação de meu fator de produção menos escasso, o trabalho”. (Tradução: Estou sem dinheiro neste fim de mês). (BETING, 1973 apud LEITE, 2010, p. 53)

Segundo Leite (2010), o uso de ferramentas de apoio aos textos noticiosos – tabelas, esquemas, infográficos, quadros explicativos, entre outros – cresceu muito dentro do contexto brasileiro, mas as matérias ainda apresentam preciosismos que dificultam a leitura e poderiam ser substituídas por estes elementos gráficos. Apesar dessas dificuldades, Jacobini (2008, p. 207) percebeu que, nos grandes jornais, o jornalismo econômico tem buscado a simplificação da notícia, procurando assim “cada vez mais aproximá-la da realidade do leitor mesmo com o risco de reduzir gradualmente o lado da compreensão profunda do que acontece na esfera econômica”.

Essa simplificação tem a ver com busca destes veículos pelo grande público. Pode-se dizer que este tratamento, contudo, nem sempre é bem-sucedido, visto que existem dois públicos bem diferenciados para o jornalismo econômico: “de um lado, especialistas,

grandes empresários e profissionais do mercado; de outro, o grande público e os pequenos empresários” (KUCINSKI, 2007, p. 167). Dessa forma, o resultado é que:

[...] o leitor especializado não se informa de fato, uma vez que possui uma base de conhecimentos econômicos específicos e se mostra insatisfeito com a simplificação da notícia, enquanto o leigo não recebe uma informação suficiente a ponto de criar base para novas discussões e mesmo um posicionamento diante dos acontecimentos. (JACOBINI, 2008, p. 207)

Quintão (1987 apud LEITE, 2010, p. 49) cita as seguintes fontes que pautam o jornalismo econômico: “economistas, banqueiros, projetos, balanços e relatórios originários de segmentos privados ou de instituições estatais”. Mais detalhadamente, Faria (1996) aponta como fontes: autoridades do governo (presidentes de estatais, ministros da área econômica, funcionários do primeiro escalão), técnicos (funcionários permanentes da burocracia federal e ex-ministros da Fazenda), empresários, diversas categorias de trabalhadores, parlamentares e empresas de consultoria. O autor alerta para a supervalorização de economistas como fonte:

[...] a valorização excessiva do papel do economista é um fenômeno mais geral, verificado na sociedade moderna. O problema maior é que o enfoque dos assuntos econômicos ganhou uma concepção tecnicista, na qual aspectos políticos, jurídicos, são ignorados na análise. A questão remete para uma (falsa) separação entre política e economia. (FARIA, 1996, p. 8)

Outra face perigosa da supervalorização dos economistas é apontada pelo blogueiro e jornalista Luís Nassif (2003, s.p.): “Frequentemente abrimos mão do critério técnico, abdicamos da capacidade autônoma de análise, conferindo a procuração a analistas sem nenhum pingão de consistência ou meramente preocupados em defender interesses de sua clientela”. Por outro lado, ele aponta que tem havido mudanças e maior preocupação com a seleção de fontes. Segundo o jornalista: “Não basta explicar. É preciso explicar criticamente, questionar as afirmações econômicas, conferir o que é consistente e denunciar a burla, a farsa” (NASSIF, 2003, s.p.).

O tendenciosismo, no entanto, se manifesta de diferentes formas, como exemplifica Leite (2010, p. 53): “muitos jornalistas fazem apenas uma transcrição do release e publicam sem ao menos consultar uma segunda fonte. Assim, se desenvolve outra questão que envolve a predominância das versões oficiais dos fatos e, portanto, a apuração incompleta

dos meios”. Um dos possíveis motivos para tanto seria “a pressa na elaboração das notícias, simplesmente para ser o primeiro veículo a colocá-las no ar” (LEITE, 2010, p. 77).

Outra precaução importante, apontada por Kucinski (apud NUNES, 2010), é a de contextualizar os fatos. Segundo o autor, estes devem ser interpretados com base em processos e relações econômicas, uma vez que os acontecimentos não se dão de forma isolada, mas há um contexto antecedente, que inclusive pode estar na contramão do presente. Sem a contextualização, “os artigos apenas citam acontecimentos, apenas com uma visão geral, sendo que muitas vezes a linguagem complexa utilizada transmite a impressão de profundidade, mas o que de fato está sendo dito não esclarece nem informa” (JACOBINI, 2008, p. 197).

A que o jornalismo econômico se presta? Leite (2010, p. 49) afirma que o objetivo da especialidade é “realizar a cobertura noticiosa dos fatos econômicos e financeiros”. Já para Jacobini (2008, p. 191), sua função é “informar sobre os principais acontecimentos econômicos e tentar explicá-los”. Erbolato (1981 apud JACOBINI, 2008, p. 190), afirma que o papel desse tipo de jornalismo é “contribuir para impulsionar o progresso, fazendo análises, emitindo sugestões e esclarecendo a realidade econômica”. Papel este que, segundo Nassif (2003), deve questionar políticas econômicas, propagar novas ideias e ser repórter das mudanças que estão ocorrendo na economia.

As divisões, subeditorias ou segmentos do jornalismo econômico variam conforme o veículo ou o autor. O *Valor Econômico*, por exemplo, cobre cinco grandes áreas: macroeconomia e política, legislação e tributos, internacional, finanças, empresas e tecnologia (CALDAS, 2003, p. 21). Já os profissionais da editoria econômica de *O Globo* trabalham em quatro times: Negócios e Infraestrutura; Finanças; Micro e Macroeconomia; e Defesa do Consumidor (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA, 2012).

Kucinski (apud NUNES, 2010) aponta três vertentes: negócios e empresas; políticas do governo e problemas macroeconômicos; e mercado financeiro. Outra área apontada por Faria (1996, p. 3) é a do jornalismo (econômico) de serviços, que atende a uma “demanda do público por informações concretas, úteis para o dia-a-dia e que facilitam a vida do leitor”. Esse segmento corresponde ao identificado por Caldas (2003) como “economia popular”, surgido na época da ditadura militar, quando os jornais passaram a oferecer aos leitores informações de serviço e utilidade pública. Essa seção, que hoje concentra queixas contra produtos, empresas e denúncias feitas à Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), tem perdido espaço na imprensa..

PRÁXIS DO JORNALISMO ECONÔMICO

Os conceitos, ideias e teorias registradas até aqui serviram de embasamento para a construção da reportagem “Planeta consumo”⁶, desenvolvida como atividade da disciplina “Jornalismo Especializado” do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia. A reportagem se enquadra justamente na subeditoria “economia popular”. O foco é o consumo infantil incentivado pela televisão, sob a ótica de especialistas e mães. O texto apresenta dados de instituições das áreas de pesquisa e comunicação, buscando interpretá-los e explicar o que representam aplicados ao cotidiano:

As crianças assistem muita TV. 48,9% dos meninos e meninas com até 9 anos passam mais de três horas por dia em frente à telinha, segundo dados de 2008 do IBGE. Pergunte a qualquer pai ou mãe que assine televisão paga o que eles preferem que os filhos vejam – a resposta provável será “Discovery Kids”. É o campeão na TV por assinatura: dados divulgados pelo Grupo de Mídia São Paulo mostram que, dos 12,7 milhões de assinantes em todo o Brasil, quase 11 milhões possuem o canal. Os pais têm alguma coisa a reclamar da programação da emissora? Bruna Ostuni, auxiliar administrativa e mãe de uma criança de três anos, sim: “No Discovery [Kids] passa bastaaante propaganda” (SALDANHA, 2012, s.p.).

A matéria também procura mostrar como se dá a relação das empresas com o consumidor no tocante aos produtos e publicidade infantis, apresentando legislação e autorregulamentação relacionada e citando uma ação judicial envolvendo propaganda abusiva, de forma a conscientizar o leitor sobre seus direitos:

Mesmo os mais novinhos são atraídos pela propaganda. O publicitário Marcel Gussoni, que deixa o filho de três anos assistir apenas a canais infantis, percebe que o garoto começa a rir na hora do comercial. “É que a comunicação nesse momento é voltada muito para o público infantil, então são explosões, barulho, ação, os comerciais são muito agitados, muito acelerados”, explica. A legislação até tenta impor limites. O Código de Defesa do Consumidor – lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – deixa claro no parágrafo segundo do artigo 37 que é considerada abusiva a publicidade que “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança”. Na prática, fascinadas pelos anúncios, as crianças imploram aos pais para que comprem os produtos (SALDANHA, 2012, s.p.).

⁶ A reportagem na íntegra encontra-se disponível no endereço <http://www.jornalismo.faced.ufu.br>

Com os atributos demonstrados, “Planeta consumo” procurou aplicar as características explanadas neste artigo e ser um exemplo prático do segmento “jornalismo econômico de serviços”. Considerando a importância desta subeditoria – que goza de pouco prestígio atualmente, porém é de grande utilidade para o leitor, pois veicula conteúdos pertinentes à vida financeira do cidadão – e a necessidade primária de o jornalista especializado dominar o vocabulário utilizado pelas suas fontes, serão mostradas a seguir algumas das expressões mais correntemente empregadas na terminologia do noticiário voltado à economia popular⁷:

- Câmbio: “Operação financeira que consiste em vender, trocar ou comprar valores em moedas de outros países ou papéis que representem moedas de outros países” (SANDRONI, 1999, p. 74).
- Desvalorização: “Redução oficial do valor real da moeda de um país em relação a moedas estrangeiras. [...] Decidida pelas autoridades monetárias, essa medida tem o efeito de tornar mais caras as importações, inibindo-as, e de estimular as exportações” (SANDRONI, 1999, p. 172).
- Dólar comercial: “Estabelece o parâmetro para operações oficiais de compra e venda de moeda no comércio exterior”, geradas por alguns tipos de negócios (UOL, 2012, s.p.).
- Dólar turismo: “Estabelece o parâmetro para operações de compra e venda de moeda para pessoas que vão viajar para o exterior” (UOL, 2012, s.p.).
- Dólar paralelo: “Estabelece o parâmetro para operações de compra e venda de moeda adquirida fora dos meios oficiais, ou seja, via doleiros” (UOL, 2012, s.p.).
- Financiamento: “Ação ou efeito de financiar. [...] Concessão de prazo para o pagamento de dívidas comerciais. [...] Empréstimo de dinheiro” (MICHAELIS..., 1998, s.p.).
- IGP: Índices Gerais de Preços, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que “registram as variações de preços de matérias-primas agropecuárias e industriais,

⁷ As expressões foram retiradas de uma amostragem simplificada de notícias que se enquadrassem no segmento de economia popular, veiculadas em versões online de revistas e jornais generalistas e especializados. Dois veículos apresentaram subeditoria própria correspondente ou próxima a este segmento: *Exame.com* (Seu Dinheiro) e *Estadão.com.br* (Suas Contas - Economia & Negócios). Dois veículos apresentaram esta vertente na forma de coluna ou blog: *O Globo* (blog de Míriam Leitão) e *Folha.com* (coluna de Fernando Canzian). Três veículos não apresentavam subeditoria específica para o tema, mas abordaram o assunto dentro de editoriais maiores: *Valor Econômico* (Finanças), *Brasil Econômico* (Sociedade) e *Carta Capital* (Economia). A amostragem foi realizada em 12 de maio de 2012.

de produtos intermediários e de bens e serviços finais” (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2012a, s.p.).

- Inflação: “Aumento persistente dos preços em geral, de que resulta uma contínua perda do poder aquisitivo da moeda” (SANDRONI, 1999, p. 301).
- IOF: “Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou relativos a Títulos ou Valores Mobiliários” (BRASIL, 1998, s.p.).
- IPC: Índice de Preços ao Consumidor. Pode se referir aos cálculos da FGV, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe). Encontram-se em diversas modalidades. Da mesma forma que o IGP, estes índices medem a inflação, tendo como referência os custos de vida da família brasileira⁸.

O domínio da terminologia, ou mais especificamente, a falta deste domínio, é uma das razões para o desinteresse do grande público pela área. Um dos principais desafios do jornalista especializado em economia é lidar com esta terminologia sabendo traduzir termos e conceitos para uma linguagem acessível, dinâmica e atraente. Conforme Araújo (2011, p. 412), “a terminologia do jornalismo econômico não pode se caracterizar mais como uma ‘língua à parte’, restrita a um universo comunicacional especializado e facilmente identificado apenas por membros de grupos seletos”, afinal os cidadãos precisam aprender sobre economia para tomar decisões adequadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Alguns pontos são especialmente importantes para serem retomados, após esta breve apresentação teórica do jornalismo econômico. Primeiro, do ponto de vista histórico: a especialidade existe há mais de um século, tendo seu desenvolvimento sido fruto de experiências que atravessaram diversos regimes políticos – democráticos e ditatoriais – e situações econômicas – de estabilidade e instabilidade.

Segundo, do ponto de vista prático: algumas lições se revelam óbvias, como o cuidado com o tecnicismo – preocupação com a linguagem é algo que o jornalista de qualquer área deve ter – mas outras exigem maior atenção e preparo, como a noção de que

⁸ Cf. Fundação Getúlio Vargas (2012b), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2012) e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (2012).

os acontecimentos não se dão de forma isolada, mas fazem parte de uma cadeia. É preciso ter noção do todo, para compreender as implicações e a lógica por trás de cada fato.

Terceiro, do ponto de vista ético: o jornalista econômico presta um serviço de grande valor e utilidade à população, não apenas por decodificar os processos econômicos e as falas de seus especialistas, mas por fornecer subsídios que auxiliam na tomada de decisões cruciais na vida de cada leitor, seja um grande empresário, seja o jovem que conquistou o primeiro emprego. Além disso, deve estar atento para não sucumbir a uma cobertura monofônica, buscando sempre a pluralidade de vozes e o cuidado para não se tornar mero reproduzidor de releases.

O jornalista econômico tem um trabalho desafiador, que exige espírito investigativo e domínio técnico. Se feito sem o devido cuidado, o resultado pode ser desinteressante, confuso, superficial, distorcido e pouco útil. Porém, se bem executado, suas matérias têm o potencial para, a partir de análises da esfera econômica – que na verdade perpassa todas as outras do cotidiano – alterar os rumos de uma família, um conglomerado empresarial ou um governo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Marcelo Marques. Análise Terminológica Discursiva da Comunicação. **Revista Epistheme**, Coromandel, v. 1, n. 1, p. 407-413, 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **Edições ao gosto do consumidor**. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=3082>>. Acesso em: 19 jun. 2012.

BRASIL. Lei nº 9.718, de 27 de novembro de 1998. Altera a Legislação Tributária Federal. **Receita Federal**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/Leis/Ant2001/lei971898.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2012.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo, Contexto, 2003.

CORRÊA, Luciana Seabra Resende Castro; RENAULT, David. Jornalismo econômico para quem não entende economia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2006.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Índices gerais de preços**. Disponível em: <<http://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumChannelId=402880811D8E34B9011D92B6160B0D7D>>. Acesso em: 21 jun. 2012.

_____. **IPC.** Disponível em: <<http://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumChannelId=402880811D8E34B9011D92B7350710C7>>. Acesso em: 21 jun. 2012.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. **IPC – Introdução.** Disponível em: <<http://www.fipe.org.br/web/indices/ipc/index.aspx>>. Acesso em: 21 jun. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA e Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/defaultinpc.shtm>. Acesso em: 21 jun. 2012.

JACOBINI, Maria Lucia de Paiva. O jornalismo econômico e a concepção de mercado: Uma análise de conteúdo dos cadernos de economia da Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo. **Brazilian Journalism Research** (versão em português), Brasília, v. 1, n. 1, p. 190-209, 2º semestre 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico.** São Paulo: EDUSP, 2006.

LEITE, Pâmela Perez. **Jornalismo econômico como exercício da cidadania:** uma análise da divulgação econômica na mídia oficial e nos veículos Universo Online e O Estado de São Paulo. 2010. 113 f. Projeto Experimental (Bacharel) - Unesp, Bauru, 2010.

MICHAELIS: Moderno Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 1998. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br>>. Acesso em: 21 jun. 2012.

NASSIF, Luís. O jornalismo econômico. **Folha de S.Paulo**, São Paulo. 12 set. 2003.

NUNES, Juliano de Oliveira. **Jornalismo econômico:** O estilo Joelmir Beting. 2010. 65 f. Monografia (Bacharel) - UNI-BH, Belo Horizonte, 2010.

ORIVE, Pedro; FAGOAGA, Concha. **La especialización en el periodism.** Madrid: Dossat, 1974.

SANDRONI, Paulo (org.). **Novíssimo Dicionário de Economia.** São Paulo: Best Seller, 1999.

SALDANHA, Felipe Gustavo Guimarães. Planeta consumo. **LABEX – Laboratório Experimental do Jornalismo UFU.** Disponível em: <<http://www.jornalismo.faced.ufu.br>>. 2012. No prelo.

UOL. **Dicionário Financeiro.** Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/glossario/>>. Acesso em: 21 jun. 2012.