

CAPÍTULO 4

TEMAS E ABORDAGENS DO JORNALISMO ECONÔMICO EM TEMPOS DE PANDEMIA: O CASO DA FOLHA DE S. PAULO E DA AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS¹

Gabriel Gatti
Maximiliano Martin Vicente

RESUMO

O presente estudo analisou cinquenta matérias relacionadas com a economia do jornal *Folha de S.Paulo* e cinquenta da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, a fim de observar como esses veículos de comunicação construíram as narrativas jornalísticas durante o período da pandemia de Covid-19 no Brasil. O material estudado foi publicado entre os meses de abril de 2020 a outubro de 2021, período no qual efetuou o pagamento do auxílio emergencial para as pessoas em situação de vulnerabilidade. Como metodologia de trabalho para a pesquisa foi selecionada a de Análise do Conteúdo por permitir, via criação de categorias, identificar os procedimentos jornalísticos utilizados por cada veículo de comunicação na abordagem do projeto de assistência social. Assim, buscou-se responder as perguntas: Como foram abordadas as notícias econômicas pela *Folha de S.Paulo* e pela *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* tendo como recorte o período do Auxílio Emergencial? Que temas foram abordados por cada veículo de comunicação?

PALAVRAS-CHAVE: Economia. Folha de S. Paulo. Agência Mural. Classe Social. Análise de Conteúdo.

1. INTRODUÇÃO

O Jornalismo Econômico é comumente atrelado às elites sociais, com um linguajar que contempla um público mais escolarizado e com pautas voltadas para quem gerencia grandes quantias de dinheiro. Esse pré-julgamento apresenta base histórica, uma vez que tal editoria jornalística tendeu ao longo dos anos para as classes mais altas. Porém, na atualidade, esse cenário começa a apresentar sinais de mudança. Ao longo de um estudo pela história do Jornalismo Econômico e do aprofundamento na análise de cem matérias extraídas da *Folha de S.Paulo* e da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, publicadas entre os meses de abril de 2020 e outubro de 2021, é possível verificar uma tendência de democratização dos temas econômicos, apesar do caráter elitista ainda estar presente.

2. DO JORNALISMO AO JORNALISMO ECONÔMICO

Dentre as muitas opções do que se entende por jornalismo, em função do enfoque e finalidade da pesquisa, foi escolhida a do professor Nilson Lage (2014) que o define por um viés duplo. De forma ampla o jornalismo pode ser entendido como um meio de tornar acessível a informação a todos os segmentos sociais. Já como forma restrita o jornalismo

¹ Essa pesquisa foi realizada com incentivo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

serve a determinadas causas dos componentes sociais da sociedade onde desenvolve sua atuação. Como a pretensão desta pesquisa reside em ver como dois veículos de comunicação se comportaram na pandemia, a definição de Lage ajuda na medida em que leva em consideração tanto a acessibilidade do conteúdo como os segmentos sociais alvo dos periódicos

Acredita-se que o jornalismo, tal como entendido nos dias atuais, começou durante a Revolução Francesa. Marcondes Filho (2009) aponta que já havia alguma forma primária de jornalismo antes dos eventos históricos na França, porém sua lapidação primária ocorreu entre os anos 1789 e 1830. Para ele, durante o período revolucionário, houve um rompimento com a elitização do conteúdo, pois os princípios iluministas contidos nos jornais nem sempre se destinavam a cobrir fatos de interesse dos setores dominantes. Além disso, a profissionalização do jornalista também foi algo presente no período que, junto com as ideias Iluministas, fizeram emergir o “mito da transparência”, algo que viria a ser desmistificado décadas depois (MARCONDES FILHO, 2009).

Em relação ao jornalismo econômico, Suely Caldas (2003) considera que durante a segunda metade do século XX, houve um momento considerado crucial para esse tipo de jornalismo em função das mudanças econômicas emanadas do processo de globalização. Para a autora as questões econômicas ultrapassaram inclusive os temas políticos. O fenômeno se deve em grande parte ao processo de adoção de políticas neoliberais que padronizaram mundialmente os princípios que deveriam reger as políticas econômicas nacionais. Com isso, pautas como balanços da Bolsa de Valores, índices de mercado, dívida pública ou reformas, entre outros, ganharam destaque nas páginas dos jornais.

Assim, a evolução do sistema capitalista, tal como entendida por Kishtainy (2013), acompanha o crescimento da presença de notícias econômicas no jornalismo. Para ele, a origem dos primeiros sistemas econômicos ocorreu naturalmente conforme surgiam os ofícios laborais e a matéria final de seu trabalho era trocada. Esses meios de negociação foram se aperfeiçoando com o tempo, tendo se originado com o escambo, evoluindo para a troca de moedas e metais preciosos, até, por fim, chegar ao dinheiro. Desse modo, o capitalismo se consolidou como modelo econômico predominante no mundo moderno (KISHTAINY, 2013). Obviamente a forma de gerir o patrimônio monetário passou a fazer parte do interesse público, contribuindo para o desenvolvimento do jornalismo econômico que agora tinha sim um público interessado em assuntos relacionados com a economia.

Quando se fala do modelo de jornalismo econômico contemporâneo é fundamental citar a crise de 2008. O evento iniciado nos Estados Unidos foi provocado em razão da especulação imobiliária, que ocasionou um aumento abusivo nos valores dos imóveis. Como consequência da Grande Recessão houve a escassez de vários ativos valiosos na economia de mercado e o colapso no setor financeiro.

Ao observar reportagens divulgadas após esse período, não é difícil encontrar interpretações que atribuem aos meios de comunicação uma falta de análises sobre a formação da crise econômica que se espalhou pelo mundo atingindo as economias de praticamente todos os países (STUMPF, 2020). Em parte, essa carência explicativa se atribui ao fato de que os meios de comunicação, especificamente os jornais, se deixaram influenciar nas suas interpretações pelo boom econômico, que antecedeu à crise, e que apontavam para altos níveis de crescimento assentados na construção civil e no crédito abundante e barato (ARRESE; VATA-MIGUEL, 2016).

No entanto, o impacto provocado pela crise econômica de 2008 acabou chamando a atenção do público em geral, em grande parte por estes terem sido afetados pelo que estava havendo. O problema sentido nas finanças também tinha raízes políticas, o que tornou os agentes políticos tão relevantes para desempenharem o papel de fonte ao longo do período (RIOS-RODRÍGUEZ; ARRESE, 2021).

A presença de fontes nas reportagens jornalísticas é fundamental e no caso do jornalismo econômico essa relação não é diferente. Isso ocorre, pois elas agregam qualidade e veracidade à informação publicada e, eventualmente, geram diversidade e contradições a interpretação usada pelo jornalista. Somado a isso, a dificuldade de transcrever as notícias econômicas reside em encontrar um meio de tal forma que cheguem compreensíveis para todas as pessoas, e que estas entendam e compreendam seu significado com clareza. A essas atribuições mais gerais é preciso especificar os tipos de fontes mais comuns no jornalismo econômico (ARRESE; VATA-MIGUEL, 2016).

Segundo Rios-Rodríguez e Arrese (2021) os tipos e funções das fontes no jornalismo econômico são diferentes das outras áreas do jornalismo, em grande parte por conta da complexidade do assunto. Os autores destacam três aspectos que ditam essa tendência, sendo eles a característica abstrata da economia, sua natureza sistemática e sua complexidade. Desse modo, uma das principais funções das fontes é interpretar a informação, o que leva

geralmente ao repórter buscar por aquelas com nível acadêmico superior para desempenhar esse papel.

No entanto, as fontes principais das reportagens sobre economia não são os acadêmicos especializados, mas sim as elites políticas e econômicas. De modo geral, essas fontes contribuem para explicar termos complexos, específicos do mundo econômico e que o jornalista não necessariamente tem que conhecer. Segundo a teoria da elite de Mills (Mills, 1956), esse padrão funciona para manter o local dessa camada social como instituição dominante. Além disso, Souza (2019) afirma que a elite econômica brasileira tão ouvida pelos jornalistas econômicos é a classe que desempenha a real corrupção, ao roubar o Estado através da compra da elite política e da manipulação midiática.

Levando em consideração o protagonismo desse tipo de fonte nas matérias jornalísticas, Davis (2003) propôs o modelo de comunicação elite-para-elite, em que “são simultaneamente as principais fontes, principais alvos e alguns dos destinatários mais influenciados das notícias” (DAVIS, 2003, p. 673). Diante de tal ausência é possível afirmar que o jornalismo econômico, no seu formato de ser porta-voz das elites econômicas, não se insere nas disputas sociais apresentando visões e interpretações passíveis de crítica e de questionamentos. Existe, portanto, um claro conflito de interesses quando se realizam as análises econômicas que estudam a forma como as notícias chegam para a sociedade (PUTILI, 2010). Não dá para sustentar a imparcialidade ou neutralidade no Jornalismo Econômico, ao igual que em qualquer outro tipo de jornalismo.

Outras fontes que também desempenham um papel importante são os agentes poderosos, como empresários, banqueiros e latifundiários. Esses indivíduos são os que acabam anunciando nos mesmos jornais em que contribuem com informações sobre economia. Desse modo, se instaura um dilema, visto que os jornalistas devem publicar matérias sem comprometer a relação da empresa jornalística com os próprios anunciantes.

Portanto, se a pretensão do jornalismo econômico é popularizar seus conteúdos para que toda a sociedade possa entender seu significado, as pessoas marginalizadas deveriam ter o status das demais fontes. Em situações de crise sanitária que ocasionam concomitantemente uma crise política, como o caso da pandemia de Covid-19, essa discussão fica ainda mais viva. Milhares de brasileiros passaram por situações de dificuldade financeira nesse recorte temporal e cabe aos jornalistas trazerem essas informações para reportagens acessíveis e populares, que tragam o cidadão comum como fonte de informação.

Caldas (2003) afirma que o jornalismo econômico deve apresentar a mesma simplicidade que qualquer outra editoria, direcionando seu conteúdo para o público em geral, independente de classe social ou interesses. Quem porventura torna as notícias econômicas desinteressantes são os próprios jornalistas, já que “a linguagem jornalística é uma só” (CALDAS, 2003).

3. O JORNALISMO ECONÔMICO NO BRASIL: ALGUMAS REFLEXÕES

A finalidade do presente item consiste em apontar alguns componentes que se fizeram presentes na evolução do jornalismo brasileiro, sem definir ou classificar etapas de forma rígida e estruturada, sendo o objetivo compreender como o jornalismo econômico se fez presente nessa evolução. Diante das diversas classificações que foram encontradas nas leituras que apontam a evolução do jornalismo no Brasil adotou-se a defendida por Nastari (2011, p. 10) que a compreende em três grandes fases.

Na primeira delas, o jornalismo praticamente inexistiu por diversos motivos, dentre os quais destaca-se a proibição da metrópole da criação de jornais e a rígida polarização social que formou uma sociedade rural e elitizada pouco preocupada com a comunicação que era fundamentalmente oral. Entretanto, todo esse controle não impediu que o *Correio Brasiliense*, jornal produzido na Inglaterra, entrasse no país já em 1808 e com seus textos motivasse o debate político na ainda colônia brasileira.

A segunda fase se inicia com as transformações provocadas pela vinda da Família Real, transformações essas próprias de uma vida mais urbana que acabaram produzindo o primeiro jornal que utilizava a imprensa régia para sua impressão. Toda essa proximidade com o setor dominante deu um caráter oficial aos meios impressos, inclusive pela existência de uma censura que proibia a elaboração e divulgação de críticas à Família Real.

Já no âmbito do jornalismo econômico se pode afirmar que o *Jornal do Commercio*, fundado em 1827, fugia das características acima, pois era totalmente voltado para a divulgação de notícias relativas à realidade comercial da capital do país, além de oferecer informações sobre preços de produtos, movimento portuário, importação e exportação, bem como anúncios e noticiário geral nacional e internacional. Pode-se observar, então, que os temas relacionados com a economia já estavam presentes nos primeiros anos após a Independência.

Na terceira fase Nastari (2011) destaca mudanças significativas na realidade do país. As mais expressivas seriam o deslocamento da liderança econômica que passou do Rio de Janeiro para São Paulo, mudança essa provocada pela industrialização e a existência de uma

classe dirigente mais afinada com o discurso desenvolvimentista. Como resultado imediato se tem o surgimento de outro tipo de jornais que serão lidos por um número maior de pessoas ao mesmo tempo que se modernizam e investem em tecnologia para aprimorar sua produção.

Dando um pulo significativo em relação ao tempo, desde as primeiras décadas do século XIX até os anos de 1950, o jornalismo econômico no Brasil teve uma presença notável publicando notícias sobre mercados, empresas e cotações. Exemplo clássico foi a coluna do político paulista Cincinato Braga que em pleno auge da cafeicultura manteve uma coluna diária no *Estado de S. Paulo* abordando questões e temas de interesse do setor produtivo da época.

Posteriormente na década de 1950, data essa considerada como o auge do jornalismo econômico, a economia brasileira se desenvolve notavelmente repercutindo diretamente no jornalismo econômico, que passa a publicar suplementos especializados, nem sempre “neutros”, em relação às questões econômicas. O caso mais representativo talvez seja o do Estado de S. Paulo que passa a defender o liberalismo econômico, sendo contra a intervenção do Estado na economia e a favor da iniciativa privada criando para defender esses pontos de vista um Suplemento Especial denominado de: Suplemento Comercial e Industrial de O Estado de S. Paulo, caderno formato tablóide com 12 páginas. Publicado até 28 de janeiro de 1964, o Suplemento, segundo Quintão (1987, p. 50) “cobre com parcialidade todos os assuntos da área econômica no mundo, em matérias analíticas enviadas pelas agências estrangeiras – *France Press, Reuters, Ansa*, etc. – ou escritas por seus colunistas”.

Até a metade da década de 1950, o noticiário econômico será mais fruto do colunismo que de reportagens. Trata-se de um jornalismo mais analítico que noticioso. Surgem as seções de Economia nas páginas dos jornais, agora com a cobertura de fatos e ocorrências econômicas. Sua meta consistia em influenciar a política econômica do país. Vale lembrar que no final dos anos de 1950 e início dos anos de 1960 se deu o acirramento político da sociedade que terminaria por ocasionar o golpe Civil – Militar que derrubou João Goulart da presidência do país.

Para Rabelo (2002, p. 62) um personagem se destaca nesses conturbados anos de 1960: Roberto Campos. Economista de formação, participou ativamente nas instâncias de poder, passando de ser assessor de Getúlio Vargas até Ministro do Planejamento de Castelo Branco. Toda sua atuação e trajetória trariam repercussões para o jornalismo econômico na medida em que transformou a relação entre o Estado e a Imprensa. Nas palavras de Rabelo

(2002, p. 62) tal transformação ocorreu devido a constante relação mantida entre os detentores do poder e a imprensa que, abastecida de informações, poderia publicar colunas elogiosas ao modelo econômico elaborado pelo regime autoritário vigente no país.

De certa forma a abundância de informação econômica exigiu dos jornalistas uma maior formação e segmentação na sua área de atuação. Na visão de Caldas (2003) a partir dos anos 1960, as editorias de economia cresceram e o trabalho de apuração começou a ser segmentado por setores econômicos específicos.

Logo nos primeiros anos do regime militar, mais concretamente entre 1968 e 1973, se constituiu o conhecido milagre econômico. Os índices econômicos evidenciaram um crescimento substancial do país. Nesse embalo os jornais dispunham de conteúdos mais do que suficientes para preencher páginas relacionadas com temas econômicos. A título de exemplo pode-se citar o caso do *Correio da Manhã* que produziu o encarte Diretor Econômico com 16 páginas diárias voltadas ao tratamento de negócios do mercado, iniciando o “jornalismo de negócios” (CALDAS, 2003).

Entretanto, já no final de 1973 havia claros sinais de que o crescimento não acabou com as desigualdades sociais e econômicas do Brasil. Assim, a crise do petróleo de 1973, que afetou a praticamente todas as economias do mundo, fez com que o aumento dos preços promovesse o fim do decantado milagre econômico expondo a existência de desigualdade que os meios de comunicação passaram a evidenciar.

Segundo Carlos Alberto Sardenberg (1995), o debate sobre a concentração de renda alterou a relação entre o Governo e o jornalismo econômico. A censura que se exercia no regime militar era muito mais branda no jornalismo econômico, até porque a maioria das notícias publicadas eram positivas. Só depois de um certo tempo surgiu o debate sobre a questão da distribuição de renda e a ação dos militares foi implacável contra os meios que sofreram as consequências dessa censura desmedida.

Suely Caldas (2003, p. 15-17) ilustra bem esse panorama ao descrever a tentativa de Aloysio Biondi, diretor na época do Jornal do Comércio, de tentar publicar um encarte, em 1972, no qual abordava a questão da desigualdade. O referido encarte não foi distribuído e transformou-se no maior encalhe, produzido pela censura, da história do jornalismo brasileiro. Pressionado pelos generais, o presidente dos Diários Associados (que editava o Jornal do Commercio), senador João Calmon, acabou acatando “ordens superiores” e impediu a

distribuição de um milhão de exemplares, que deveriam circular encartados em jornais dos Diários Associados em todo o Brasil.

Em fins de 1979, o *Jornal da Tarde*, veículo também pertencente ao Grupo Estado, sentindo que a população já sofria as consequências desastrosas do milagre Econômico inicia uma experiência que terá fortes desdobramentos na imprensa nacional do período. Passa a investir pesadamente no chamado “Jornalismo de Serviço”. De maneira ampla o Jornalismo de Serviço ou Jornalismo de Utilidade Pública designa as especializações da profissão jornalística que fornecem informações de utilidade imediata ao leitor, principalmente no que diz respeito a empregos, concursos públicos, imóveis e mercado imobiliário, exercício da cidadania e serviços públicos, ou seja, busca aproximar-se das necessidades imediatas dos leitores.

Dessa maneira, assuntos até então ausentes emergem com frequência no jornalismo, essencialmente temas que compõem o orçamento doméstico, como questões ligadas a condomínio, seguro ou financiamento habitacional. O *Jornal da Tarde* consagra um padrão de jornalismo didático, com temas do dia a dia presentes nas suas páginas.

A década de 1980, mais conhecida como década perdida quando se fala em economia, apresentou um tema estrutural para o jornalismo econômico e que estaria presente nos meios de comunicação no transcorrer de toda a década de 1980: a inflação. O colunismo se modifica. De opinativo, passa a ser instrumento de organização do orçamento doméstico que vivenciava uma situação difícil uma vez que a inflação corroía o poder de compra das famílias acentuando ainda mais a pobreza e a desigualdade uma vez que a elite dispunha de recursos protegendo-se do problema da inflação. Suely Caldas (2003, p. 55) sustenta que os enfoques econômicos se atentaram para as pautas de orçamento doméstico, em que pudessem explicar como a inflação afetava os valores do aluguel, dos salários, dos alimentos, dos remédios, por exemplo

De acordo com Encarnação (2007) a edição do Plano Real e o controle da inflação, as colunas do gênero perdem força. Além do grande público, o jornalismo econômico passa a produzir boletins e revistas, com vinculação às empresas de consultoria e assessoria, cuja função é levar estas a buscarem estratégias no enfrentamento diante uma situação econômica onde a inflação, aparentemente vencida os planos econômicos governamentais. Para Gabriele Silva (2011) o que se pode afirmar é que com o fim da ditadura militar e início do processo de redemocratização do Brasil, o Jornalismo Econômico encontra-se mais maduro, mais

experiente com um espaço de atuação ampliado e mais disposto à especialização. Isso porque, os acontecimentos no campo político e econômico incentivaram o Jornalismo Econômico a se especializar no mercado financeiro, em negócios e na própria economia pública.

O que parece fica claro é que nessa passagem dos anos oitenta para os noventa é que os problemas econômicos do país são atribuídos à longa intervenção do Estado na economia. Chega-se aos anos 1990, quando o neoliberalismo triunfa nas redações e editorias. Mesmo com a crise política que envolve o Governo Collor, o jornalismo econômico mantém-se alheio ao processo, defendendo o projeto econômico que começa a ser implantado no Brasil e que aparecia como triunfador de alguns países altamente desenvolvidos, notadamente a Inglaterra e os Estados Unidos. Se incentivam as privatizações defendidas por boa parte dos meios de comunicação. O Estado e sua política intervencionista se tornam o vilão da vez. Com o surgimento do modelo neoliberal, o Jornalismo Econômico foi pilar fundamental para aproximar o grande público – sobretudo a classe média – dos benefícios do sistema e, paralelamente a isso, tornou-se a área do Jornalismo que simboliza as novas oportunidades econômicas. Nas palavras de Kuciski (2003, p. 14) esse apoio fica ainda mais claro.

O jornalismo econômico apoia o processo, ao publicar “exageros” em cargos e salários de estatais, bem como o “corporativismo” que inchava desnecessariamente essas empresas públicas. A divulgação de experiências internacionais de privatização vai alavancar o processo. Vai motivar e ser fiadora do desmonte do Estado. A defesa veemente da globalização como justificativa “neutra” das políticas neoliberais, pois seria algo “inevitável”, vinculado à “lógica do capital”, carece de qualquer fundamento científico, mas dá ao jornalismo econômico uma espécie de “salvo-conduto” para considerar isenção e objetividade de análise como o apanágio da postura anti-estado (RABELO, 2002, p. 92).

Em 1994, mais uma medida que visava à reforma econômica do Brasil destinada a promover a estabilidade entrou em vigor: o Plano Real. Elaborado por uma equipe de economistas e profissionais envolvidos com a área, congregou pessoas notoriamente conhecidas como André Lara Resende, Pécio Arida, Pedro Malan, Edmar Bacha e Winston Fritsch. A coordenação dessa equipe coube ao então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso. O plano propunha os ajustes na inflação e o controle do poder de compra dos consumidores.

As metas do Plano Real – que exemplifica a política econômica ortodoxa – incluíam, ainda, a redução dos gastos públicos e o aumento da arrecadação de impostos; o aumento dos

juros a fim de reduzir o consumo e controle cambial com intuito de estimular a importação e aumentar a concorrência interna com preços mais controlados e com menos oscilação em relação aos governos anteriores. Como ressalta Puliti (2013), o Plano Real teve o conhecido sucesso, porque houve um grande esforço de comunicação no período. Paula escreve que ocorreu inclusive a contratação de uma jornalista no assunto – Maria Clara R.M. do Prado para que o Real fosse divulgado à imprensa e à população para não causar mais confusão ou desconfiança em relação à sua implantação.

O clima criado para privatizar facilitou essa empreitada, pois no primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, segundo Gabriele Silva (2011), ocorreu o recorde de empresas privatizadas. Enquanto Collor privatizou dezoito empresas, Itamar dezesseis, FHC vendeu oitenta empresas estatais. E foi justamente neste contexto que o Jornalismo Econômico de Negócios ascendeu em detrimento daquele Jornalismo de serviços que vinha sendo realizado anteriormente pelos jornalistas. Prossegue Gabriele Silva afirmando que surgiram muitas revistas e cadernos especializados em negócios voltados para as empresas e para o mercado financeiro a fim de traduzir o novo sistema que chegava ao Brasil e espelhar, por meio do Jornalismo Econômico, quais eram as perspectivas de crescimento, sobretudo aos setores já privilegiados financeiramente.

As mudanças introduzidas no país pela queda da inflação, fruto do Plano Real, interferem no trabalho dos jornalistas, que têm de se adaptar à nova realidade. O noticiário é pautado por indicadores, resultados e opiniões do “mercado”, o que fez com que os jornalistas se tornassem, na verdade, analistas do mercado financeiro. Isso explica o abandono ao pluralismo científico e ao debate de ideias. As correntes de pensamento críticas ao neoliberalismo são submetidas a um silêncio na imprensa.

É neste contexto que o Jornalismo em economia pode ser problematizado. Marcado pelas publicações de negócios e pelo surgimento de veículos especializados, o Jornalismo Econômico de serviços perde o protagonismo, algo que Basile (2012) ressalta como preocupante em uma democracia: Pode parecer que não corresse esse risco, porque afinal o cenário presente é de uma sociedade democrática, mas presume-se que a discussão econômica, quando não leva em conta o impacto que as decisões têm sobre a população, particularmente os mais pobres, é despolitizadora e imobilizadora. (BASILE, 2012, p. 103).

Com a chegada de Luiz Inácio Lula da Silva, juntamente com o Partido dos Trabalhadores (PT), à presidência da República, em 2003, ocorre uma reconfiguração – com

consequências econômicas - das forças sociais. Lula rompeu com alguns elementos – não todos – que caracterizam os governos neoliberais que o antecederam. Por isso, seu período de comando ficou marcado pelo sistema econômico pós-neoliberal que teve continuidade no mandato de sua sucessora na presidência, Dilma Rousseff. Entre os elementos que definem essa ruptura estão alguns citados por Emir Sader (2013) em “Lula e Dilma: dez anos de governo pós-neoliberal no Brasil” e que são notórios também em outros sistemas de governo na América Latina.

Ao longo da história, o jornalismo sofreu diversas metamorfoses até se constituir no modelo conhecido atualmente que pode ser entendido como mais acessível para a população (TRAQUINA, 2004). Apesar dessa popularização da produção jornalística, o conteúdo elaborado por jornalistas econômicos se direcionou por um longo período para as elites da sociedade. Entman (2004) determina que há um modelo de ativação em cascata para explicar como os enquadramentos das elites políticas são reproduzidos na mídia e chegam ao público. Apesar dessa consolidação do pensamento midiático tomado pelas elites, os demais atores sociais também são capazes de desenvolver seus enquadramentos noticiosos. Um dos fatores que facilitam a ruptura do habitual domínio é a novidade das questões, pois não há interpretações prévias estabelecidas (RIOS-RODRÍGUEZ; ARRESE, 2021). Um exemplo disso é a pandemia do novo coronavírus.

No Brasil, a partir do período em que o isolamento social foi necessário para conter a propagação do vírus, diversas pessoas perderam seus empregos e, assim, como estipulado no estudo divulgado pela ONU. Sendo assim, uma grande parcela social passou a depender de benefícios governamentais para escapar da fome e da miséria. Marins *et al.* (2021) descrevem que houve uma pressão social para o Governo Federal sancionar um projeto de ajuda financeira às classes mais vulneráveis. Assim, foi implementado o Projeto de Lei 13.982, que garante a proteção de determinados grupos durante o enfrentamento da pandemia de coronavírus.

Mediante a esse cenário, as pautas econômicas devem mais do que nunca atingir a todas as classes sociais. Como forma de direcionar o cidadão pertencente às classes D e E está a estratégia de ouvir fontes que relatam a situação vividas pelos mesmos. Como é o caso da Agência Mural de Jornalismo das Periferias, que busca ouvir moradores das periferias como fonte, devendo “ser identificadas claramente e, sempre que possível, com profissão, idade, bairro e cidade de onde fala”.

Esses princípios são muito nítidos nas reportagens elaboradas pela Agência Mural, que busca desenvolver um jornalismo acessível e direcionado para os moradores das periferias da grande São Paulo. Com a editoria de jornalismo econômico do veículo os mesmos padrões são percebidos. A escolha das fontes, a contextualização do assunto, o enquadramento e a organização das informações dispostas ao longo do texto contribuem para a elaboração de um conteúdo jornalístico de qualidade e popular. Sob esse aspecto, é possível afirmar que o trabalho desenvolvido pela Agência Mural de Jornalismo das Periferias vem contribuindo para romper o modelo de comunicação elite-para-elite proposto por Davis (2003).

4. METODOLOGIA

O embasamento histórico a respeito das origens do Jornalismo Econômico permitiu maior compreensão do modelo desenvolvido na atualidade. O estudo a respeito das matérias publicadas nos jornais *Folha de S.Paulo* e da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, ao longo do período em que o Governo Federal efetuou o pagamento do Auxílio Emergencial, se deu por meio de um método baseado na Análise de Conteúdo, dividida nas etapas preparação das informações; unitarização ou transformação do conteúdo em unidades; categorização ou classificação das unidades em categorias; descrição e interpretação (MORAES, 1999). A partir da seleção do método, as matérias discriminadas foram julgadas como Elitistas (E), Populares (P) e Não se Aplica (N/A) mediante aos temas linguagem, fonte, assunto, economia e covid.

5. ANÁLISE DA FOLHA DE S. PAULO

Fundada em 1921, a *Folha de S.Paulo* é um dos jornais de maior notoriedade no Brasil desde a década de 80. Porém, por se tratar de um veículo que requer uma assinatura, acaba havendo uma limitação econômica em relação aos leitores. Segundo uma pesquisa realizada pelo Target Group Index, Kantar IBOPE em 2018, 1.903.000 assinantes da *Folha*, 17% pertenciam à classe A, 48% B, 32% C e 3% D.

Somado a isso, após a análise das cinquenta matérias selecionadas entre o período de distribuição do Auxílio Emergencial, foi perceptível que o veículo mantém determinadas características elitistas mais salientes em alguns pontos e em outros adota uma linha mais popular. Ao somar todos os itens julgados como elitistas (E), populares (P), ou não se aplica (N/A), percebe-se que o trabalho desempenhado pela *Folha* entre os meses de abril de 2020 a outubro de 2021 foi de certo modo equilibrado. 46,4% dos quesitos analisados nas matérias do jornal foram classificados como E, ficando um pouco a frente dos pontos P, com 43,2%.

Nesse âmbito geral estudado sobre o jornal, 10,4% foram julgados como N/A, isto é, não apresentavam o que era necessário para serem enquadrados como elitistas ou populares.

Em contrapartida, quando se atentado a respeito da linguagem empregada na construção textual do veículo é notório o predomínio elitista na categoria. Das 50 reportagens selecionadas, 66% apresentam um linguajar classificado como E, enquanto 34% receberam a classificação P. Isso ocorre porque a *Folha* não costuma explicar a fundo termos relacionados à economia ou retomar momentos importantes para a compreensão dos leitores menos familiarizados com tais pautas. Apesar da linguagem não ser complexa, visto que o texto jornalístico deve ser simples, certos conceitos servem como barreira para a compreensão de um público menos escolarizado.

Em relação às fontes das matérias publicadas dentro da editoria de economia, o jornal se mostra fortemente elitista. 62% dos entrevistados foram classificados como E, isto é, eram fontes oficiais, compostas por representantes do Estado, empresas, sindicatos, entre outros. Os outros 16%, rotulados como P, dizem respeito aos cidadãos comuns que partilharam o seu cotidiano sobre a situação abordada. Assim como observado ao longo da história do jornalismo econômico, as fontes não-oficiais sempre foram marginalizadas e até os dias atuais seguem com um papel notoriamente menor aos das fontes oficiais. Já em relação aos 22% referente ao N/A remetem às produções da *Folha* que não foram realizadas entrevistas. Muitas destas abordam temas relacionados ao ex-presidente Jair Bolsonaro, em que foram extraídas falas de seus pronunciamentos, ou pesquisas realizadas por institutos, em que a matéria se dedicou a analisar e apresentar os resultados obtidos aos leitores.

Já quando se observa unicamente a categoria assunto é onde se nota o caráter mais popular do jornal. Grande parte das questões trazidas nas matérias da *Folha* dialogam com a realidade da maioria dos brasileiros, resultando em 62% classificados como P, porém nem sempre a linguagem empregada traduz essas temáticas para o texto, como exposto no gráfico 1 que apenas 34% fizeram essa comunicação. Os outros 38% referente as produções julgadas como E, usualmente abordavam questões que pessoas que estão enfrentando dificuldades com a crise sanitária e econômica não vão se preocupar, como as taxas para adquirir um imóvel e possibilidades de investimento.

No âmbito da economia, a predominância também foi de matérias de cunho popular. Do recorte temporal selecionado, 56% são determinadas como P, enquanto 44% são E. Isso ocorre devido ao fato do assunto predominante no momento ser as dificuldades encaradas

pela população brasileira em meio ao ápice da pandemia do novo coronavírus. Da seguinte forma, a abordagem desempenhada pelo jornal tendia para uma postura econômica heterodoxa, em que se apoiava os programas sociais, como o Auxílio Emergencial, para reconstruir a economia nacional.

Em relação a categoria covid, 46% corresponde a matérias consideradas como P, em que se dialoga com a realidade da maioria dos brasileiros e, ainda, abarca temas de cunho social para frear o avanço viral. Os 24% tidos como E foram classificados assim pelo fato da matéria trazer uma temática a respeito do novo coronavírus, porém que interesse às camadas mais altas da sociedade, como o interesse empresarial por manter as portas abertas para que não houvesse perda de capital financeiro. Em relação aos 30% categorizados como N/A são mais notórios nesse nicho estudado do que nos demais pelo fato do Sars-CoV-2 ter perdido espaço nas manchetes de jornal conforme a situação foi normalizando. Mediante aos critérios de noticiabilidade presentes no jornalismo, a pandemia não era mais o assunto mais quente com o passar do tempo, tendo permanecido os impasses resultados através da crise sanitária, enquanto a abordagem do vírus acabou ficando de escanteio.

6. ANÁLISE DA AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS

Em 2010 aparece o blog *Mural*, hospedado na lista de blogs da *Folha de S. Paulo*, com o objetivo de “minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo”. Com a implementação do site, a *Agência Mural* contribui para atingir o objetivo 10 das metas de desenvolvimento da ONU para 2030, que trata sobre a redução das desigualdades. Desse modo, segundo seus ideais “essa lacuna de informação, essa desigualdade na produção e no consumo de informação em forma de notícia reforça as desigualdades da sociedade” e, portanto, o jornal luta para quebrar o deserto de notícias presente nas periferias da Grande São Paulo.

Quantitativamente, o jornal tem uma abordagem geral 90,4% popular, o que mostra que de fato o veículo cumpre com o que promete em seus valores, entregando para seu público um conteúdo sucinto, porém de qualidade voltado para as classes baixas. 7,6% dos quesitos estudados, catalogados como N/A, são presentes nos casos das reportagens em que não foram consultadas fontes ou não foi abordada a questão do novo coronavírus. Já os 2% considerados E são nas situações em que a *Agência Mural* optou por ouvir exclusivamente fontes oficiais.

Por ter atingido 100% de reportagens com linguagem popular, a categoria foi pontuada

junto às fontes. Desse modo, o gráfico 8 foi o único em que o aspecto E mais se destacou, com 5%. Como dito, algumas matérias optaram por ouvir exclusivamente fontes oficiais para trazer informações mais técnicas a respeito da temática exposta. Apesar da linguagem empregada no jornal ser popular, esses entrevistados foram tomados como elitistas. No entanto, a grande maioria dos indivíduos ouvidos foram os cidadãos comuns que residem nas periferias, assim como a *Agência Mural* prioriza em seus valores, resultando em 85% das produções com fontes e linguagem P, isto é, não-oficiais. Os outros 10%, que receberam o título de N/A foram nos casos em que a notícia era expositiva e enxuta, portanto, foi-se dispensada a necessidade de buscar entrevistados.

Assim como no caso da linguagem, as categorias assunto e economia também apresentaram 100% de viés popular, sendo, por esse motivo, fundidas nas estatísticas da covid. Assim, o tema da pandemia é quase sempre retratado nas reportagens, apesar de, na maioria das vezes, ser um assunto secundário. Durante o ano de 2020, a novidade da crise sanitária impactou fortemente nas pautas abordadas nas reportagens de economia da *Agência Mural*, com uma prevalência de temas como Auxílio Emergência, quarentena e dificuldades sociais. Já em 2021, o assunto permaneceu forte, porém houve maior abertura para noticiar outras questões que se desprendem mais do quesito Covid-19. Desse modo, em termos quantitativos, a abordagem ocorreu em 94% dos casos de forma P e em 6% não se aplicaram.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se iniciou com a pretensão de responder às perguntas: Como foram abordadas as notícias econômicas pela *Folha de S. Paulo* e pela *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* tendo como recorte o período do Auxílio Emergencial? e que temas foram abordados por cada veículo de comunicação? a partir da análise de cinquenta matérias de cada jornal publicadas entre os meses de abril de 2020 e outubro de 2021, tendo como categorias de análise as questões textuais envolvendo a linguagem, as fontes, os assuntos, a economia e a Covid-19.

Como resultado obtido após o estudo realizado sobre as cinquenta reportagens do jornal *Folha de S. Paulo*, observou-se um predomínio elitista nas abordagens desenvolvidas pelo veículo. As matérias que tratavam sobre os temas econômicos foram desenvolvidas de duas maneiras opostas. No início da pandemia, o portal focou em produções cuja problemática era como conseguir o recurso financeiro (Auxílio Emergencial), disponibilizando de tópicos explicativos e hiperlinks para direcionar o leitor as páginas de

cadastro do Governo. Desse modo, a construção textual constituiu reportagens de cunho popular. Com o tempo, a abordagem foi se modificando como forma de apresentar o cenário político por trás do pagamento. Apesar da questão permanecer no âmbito popular e o assunto ser de interesse público, a maneira com que a *Folha* produziu essas matérias não foi capaz de tornar acessível tais questões para o amplo público.

No âmbito econômico mais abrangente, o jornal se destacou por trazer assuntos variados que atendessem a demanda do seu grupo majoritário de assinantes, isto é, os 97% dos pagantes pertencentes às classes A, B e C. Entre as cinquenta matérias selecionadas, treze delas apresentaram notícias sobre o Auxílio Emergencial, sendo a abordagem variada mediante a reportagem. O jornal chegou a produzir conteúdos mais diretos apenas apresentando o projeto e direcionando o leitor para as páginas de cadastro e outras que apresentavam os trâmites políticos que viabilizaram o pagamento para os indivíduos que sofreram impactos financeiros em meio a pandemia. De modo geral, esses dois enquadramentos delimitam as matérias populares, com textos sucintos e simples, diferentemente dos elitistas que exigem um conhecimento amplo do conteúdo para serem compreendidos.

Questões sobre o mercado financeiro também marcaram presença nas produções da *Folha*. Ao todo foram nove reportagens publicadas no recorte temporal delimitado que apresentavam de alguma forma o mercado financeiro. Algumas foram mais globalistas ao narrar a estrutura macroeconômica, enquanto outras focaram em problemáticas de empresários nacionais. Independente do recorte selecionado, essas pautas foram tratadas de forma elitista, com uma linguagem pouco acessível para aqueles que não dominam a questão e com uma escolha por fontes que excluem o cidadão comum.

Outro assunto que a *Folha* apresentou com frequência em sua seção de economia foram temas do cotidiano, que marcaram treze reportagens da amostra selecionada para o estudo. Nelas se espelham questões trabalhistas, impactos financeiros na vida dos trabalhadores e outros assuntos que influenciam o dia a dia dos menos favorecidos financeiramente. Majoritariamente, essas matérias dialogam com as classes populares, com linguagem, abordagem e, até mesmo, fontes que espelham os interesses da população.

Já o assunto que mais se destacou nas pautas do jornal foram as questões políticas. Quinze matérias abordaram exclusivamente questões como gastos de gestores públicos e conflitos sobre decisões de gestão de Estado. Nelas, o enquadramento adotado pela *Folha*

seguiu uma vertente elitizada, semelhante às que relataram notícias sobre o mercado financeiro. Dessa forma, o veículo apresentou quatro grandes temáticas ao longo do período estudado, com abordagens variadas.

Como já mencionado, das categorias propostas para a análise das matérias, 46,4% tiveram um enfoque elitista, enquanto 43,2% foram apresentadas de forma popular. Os outros 10,4% não se aplicam ao estudo. Mediante aos dados colhidos pós estudo, observa-se que a *Folha* desempenhou um papel equilibrado durante os meses de abril de 2020 e outubro de 2021, sendo o rótulo linguagem o que foi mais considerado como E (66%) em oposição ao assunto que foi o mais P (62%).

Quando se analisa as produções da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* no mesmo período proposto, o caráter popular se sobressai notoriamente em relação ao trabalho desenvolvido pela *Folha*. Com um projeto editorial alinhado com os moradores das periferias, o jornal desenvolve reportagens que atendem aos anseios dos mesmos. Porém, como seu enfoque recai sobre os bairros habitados por pessoas de baixa renda da Grande São Paulo, as pautas produzidas tendem a desempenhar uma função voltada para o interesse local.

Desse modo, quatro grandes temas se destacaram nas produções estudadas, sendo o primeiro deles a questão do Auxílio Emergencial. Treze reportagens foram realizadas sobre o assunto, tratando, em sua grande maioria, de forma sucinta para informar rapidamente ao leitor que depende do pagamento. Esse enquadramento foi muito similar a algumas notícias da *Folha* que se dedicaram a apresentar a informação.

Já como uma característica mais restrita do jornal, foram produzidas onze reportagens com a temática do cotidiano. Dentro desse assunto estão as produções que falam sobre problemas de como os moradores das periferias agem com a falta de dinheiro, dicas sobre lidar com a situação e informações educacionais a respeito da situação econômica atual. Tais questões não aparecem na *Folha* e foram apresentadas de modo a informar os indivíduos das classes D e E a respeito de situações particulares do seu dia a dia.

Outros temas retratados no jornal foram as situações de trabalho. Entre eles está a circunstância vivida por microempresários, pessoas que migraram para o empreendedorismo ou estão desempregadas. O assunto foi o mais abordado no portal, estando presente em quinze das cinquenta matérias analisadas, o que reflete os anseios dos moradores das periferias na conjuntura estudada. Outro ponto importante é a semelhança entre esse tema e o de mercado

financeiro abordado pela *Folha*. No grande veículo, questões sobre empreendedorismo também estão presentes, porém com um enquadramento voltado para os grandes empresários.

A mesma semelhança entre temas com divergência de enquadramento ocorre com o assunto medidas político-sociais. Essas reportagens apresentam movimentações políticas, como a flexibilização e endurecimento da quarentena por parte do Governo Estadual, ou sociais, como iniciativas para ajudar os mais prejudicados financeiramente, que afetaram os moradores das periferias. Assim como nos outros temas, a *Agência Mural* abordou as notícias com uma linguagem acessível e bem explicativa e, sempre que possível, com fontes do meio que o portal busca atingir.

Numericamente, essa expressão popular é expressiva. Com o cálculo geral em relação às categorias de análise, a *Agência Mural* apresentou uma abordagem 90,4% P, enquanto 2% foi E, que diz respeito às produções em que o jornal ouviu unicamente fontes oficiais. Dos números ainda teve 7,6% que não se aplicaram ao estudo. Mediante às estatísticas numéricas, pode-se concluir que o veículo cumpre com sua missão de cobrir lacunas de informação.

Ao final do estudo, foi possível averiguar que a *Folha de S. Paulo* consiste em um veículo de massa, isto é, apresenta uma grande produção que atinge uma parcela significativa da população brasileira. Desse modo, se é observado na classificação que o jornal produz reportagens com assuntos de abrangência nacional, sendo muitas delas voltadas para as classes sociais menos favorecidas, embora a predominância seja de um caráter elitista. Logo, das cinquenta matérias selecionadas, uma grande parcela delas abordam de alguma forma questões populares, como o Auxílio Emergencial, o desemprego e a fome. Os temas da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* não foram em partes muito diferentes dos da *Folha*. O portal explorou pautas semelhantes adotando um tom educacional sempre que necessário voltado para quem não tem um conhecimento prévio na área e, ainda, apresentou notícias que dialogam diretamente com o cotidiano dos moradores das periferias.

Muito dessa convergência diz respeito aos critérios de noticiabilidade apresentados por Traquina (2004), tendo o período vivido entre abril de 2020 e outubro de 2021 apresentado diversos temas relevantes que estampam as manchetes dos jornais. Mediante a essa importância, veículos como os estudados passaram a produzir matérias jornalísticas. No entanto, devido às diferenças existentes entre cada um dos veículos, as notícias divulgadas pelos mesmos apresentaram divergências, justificadas por fatores editoriais como já discutido.

Cada um dos jornais surgiu em um contexto distinto e apresenta linguagens próprias para atingir seu público alvo. Por esse motivo, ambos apresentam de forma bem delimitada características textuais divergentes. Essas características jornalísticas são utilizadas para salientar informações relevantes para o debate público, segundo a editoria do jornal (ENTMAN, 1994 *apud* LOBO, 2021). Desse modo, alguns assuntos podem ser trabalhados mais detalhadamente em uma matéria da *Agência Mural*, enquanto que a *Folha de S. Paulo* trouxe a mesma questão de forma mais superficial para salientar outro aspecto da notícia que ela considera relevante. Ao fazer esse jogo de iluminar determinado ponto, a reportagem ajuda o leitor a compreender mais facilmente as questões a serem tratadas. Dessa maneira desempenham seu papel de informar e subsidiar com dados fundamentados notícias de interesse específico do seu público-alvo.

REFERÊNCIAS

ARRESE, A.; VATA-MIGUEL, A. Periodismo y Economía. En: LEÓN, M. S. (Ed.): **Estudios de Periodismo Político y Económico**. Madrid: Editorial: Fragua, pp. 47-80. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/307639886_Periodismo_y_Economia. Acessado em Ago. 2022.

BASILE, S. **Elementos do jornalismo econômico**. São Paulo: Elsevier, 2011.

CALDAS, S. **Jornalismo Econômico**. Contexto, 2003.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis, SC: Insular, 2016.

DAVIS, A. **Public Relations Democracy: Public Relations, Politics and the Mass media in Britain**. Manchester: Manchester University Press, 2002.

DAVIS, A. Whither Mass Media and Power? Evidence for a Critical Elite Theory Alternative. **Media, Culture & Society**, 25(5), 669–690. 2003. Disponível em: 10.1177/01634437030255006. Acessado em: Ago. 2022.

ENCARNAÇÃO, P. M. S. da. **Colunismo econômico na Folha e no Estadão**. Orientador: Mauricio Lissovsky. 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1648/1/PENCARNA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acessado em: Jan. 2023.

ENTMAN, R. M. **Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy**. Chicago: The University of Chicago Press. 2004.

KISHTAINY, N. *et al.* **O livro da Economia**. Rio de Janeiro: Globo, 2013.

KUCINSKI, B. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 2007.

LAGE, N. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 20–25, 2013. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080>. Acessado em: Ago. 2022.

MARCONDES FILHO, C. **Ser Jornalista: o Desafio da Tecnologia e o Fim das Ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MILLS, C. W. **The Power Elite**. Oxford: Oxford University Press. 1956.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7- 32, 1999. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod_resource/content/1/Roque-Moraes_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf. Acessado em: Fev. 2022.

NASTARI, A. F. S. **Entretenimento e informação: uma nova fase do jornalismo?**. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. 57 f., 2011.

PULITI, P. A Financeirização do Noticiário Econômico: o uso de estratégias de comunicação por grupos de interesse e seu impacto nos conteúdos jornalísticos. **E-Compós**, [S. l.], v. 13, n. 3, 2011. DOI:10.30962/ec.501. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/501>. Acessado em: Nov. 2022.

PULITI, P. História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real. **Líbero**: São Paulo, v. 16, n. 31, p. 41-50, jan./jun. de 2013. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/05-Paula-Puliti.pdf>. Acessado em: Ago. 2022.

RABELO, R. F. **Mundialização, neoliberalismo e discurso jornalístico: Uma análise do jornalismo econômico**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura apresentada à ECO/UFRJ, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. 114 f., 2002.

RIOS-RODRÍGUEZ, R.; ARRESE, Á. Economic Journalism and the Elitist Approach: A Persistent Pattern in the Use of Sources? The Spanish Press Coverage of The Economic Crisis (2008–2015). **Brazilian journalism research**, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 764–791, 2021. DOI: 10.25200/BJR.v17n3.2021.1445. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1445>. Acessado em: Nov. 2022.

SADER, E. (Org.). **10 anos de governos pós-liberais no Brasil: Lula e Dilma**. São Paulo, SP: Boitempo; Rio de Janeiro: FLACSO Brasil, 2013.

SARDENBERG, C. A. **A transição no jornalismo econômico**. 1995. Disponível em: www.bb.com.br/appbb/portal/bb/simp/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp. Acessado em: Nov. 2022.

SILVA, G. A. **Jornalismo econômico em cenário de crises: o consumidor nas notícias do portal Exame e G1**. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Estadual Paulista– UNESP – FAAC. 158 f., 2017.

SOUZA, J. **A elite do atraso**. 1ª ed., Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2019

STUMPF, E. P. **Os estudos sobre o jornalismo econômico no Brasil: uma história das ideias em perspectiva comparada**. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2020. Disponível em:

https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/9376/5/DIS_ELIANA_PATRICIA_SILVA_STU_MPF_COMPLETO.pdf. Acessado em: Set. 2022.

TEBET MARINS, M. *et al.* Auxílio Emergencial em tempos de pandemia. **Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 36, n. 02, p. 669–692, 2021. DOI: 10.1590/s0102-6992-202136020013. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/33831>. Acessado em: Ago. 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, Volume I e II**. 2a ed., Florianópolis: Editora Insular, 2004.