



Os planos econômicos e o fortalecimento do jornalismo de serviço¹

Hérica Lene²

Doutoranda em Comunicação e Cultura pela UFRJ

Resumo

Os oito pacotes econômicos, implementados a partir de 1985, marcaram o Brasil do final do século XX. Estes programas se constituíram como fatos/acontecimentos importantes com dimensões econômicas, políticas e sociais para o país e o transformaram, no período pós-redemocratização, em um laboratório de medidas contra a inflação. Por força deles, congelamentos e confiscos entraram no cotidiano dos brasileiros. A economia ganhou espaço como temática jornalística, enquanto se esvaziava a cobertura política e o embate ideológico e houve um surto inflacionário nessa década. Neste contexto, este artigo discute a seguinte questão: quais foram as características da cobertura da editoria de economia dos principais jornais brasileiros com relação ao modo de apresentar os fatos noticiosos nos sucessivos pacotes econômicos lançados após a abertura política?

Palavras-chave: Planos econômicos, Jornalismo de economia, Jornalismo de serviço

Introdução

Os oito pacotes econômicos, implementados a partir de 1985, marcaram o Brasil do final do século XX. Estes programas se constituíram como fatos/acontecimentos importantes com dimensões econômicas, políticas e sociais para o país e o transformaram, no período pós-redemocratização, em um laboratório de medidas contra a inflação. Por força deles, congelamentos e confiscos entraram no cotidiano dos brasileiros.

A economia ganhou espaço como temática jornalística, enquanto se esvaziava a cobertura política e o embate ideológico. Houve um surto inflacionário nessa década: a taxa de inflação no ano de 1980 foi de 110% e chegou ao espantoso percentual anual de 1.783% em 1989 (SKIDMORE, 1998).

Nesse contexto, o jornalismo de economia continuou sua expansão no Brasil, no curso das transformações políticas e econômicas ocorridas no país a partir da redemocratização e de um contexto histórico no qual a economia ganha cada vez mais força entre as esferas sociais.³

¹ Trabalho apresentado no NP Jornalismo do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação e Cultura pela UFRJ, mestre em Comunicação pela UFF, especialista em Estratégias de Comunicação Organizacional pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória e professora da Faesa (ES). E-mail: hericalene@yahoo.com.br.

³ O jornalismo de economia tem uma larga tradição e se consolida no Brasil ao longo do século XX. Os veículos de comunicação voltados para a indústria, o comércio e os negócios de maneira geral surgem em todo o país desde meados do século XIX. Pioneiro neste sentido é o *Jornal do Commercio*, fundado em 1827, no Rio de Janeiro, e que se mantém até hoje em circulação, apesar de sua baixa difusão e crises frequentes (SODRÉ, 1999; BARBOSA, 2000). Até a década de 1970 o noticiário econômico no país era essencialmente financeiro/comercial, voltado para

Diante das transformações do final do século XX, este artigo discute a seguinte questão: quais foram as características da cobertura da editoria de economia dos principais jornais brasileiros com relação ao modo de apresentar os fatos noticiosos nos sucessivos planos econômicos lançados após a abertura política?⁴

A metodologia deste trabalho engloba levantamento bibliográfico, entrevistas com os jornalistas de economia Luís Nassif e Miriam Leitão⁵ e análise das edições da *Folha de S. Paulo* (fundada em 1921) e de *O Globo* (de 1925) dos meses de lançamento dos planos Cruzado I (fevereiro/março de 1986), Cruzado II (novembro de 1986), Bresser (junho de 1987), Verão I (janeiro de 1989) e Verão II (maio de 1989).⁶

Foi feita a análise dos textos noticiosos (reportagens e notícias) e outros elementos (capas, editoriais e colunas) associando-os às práticas socioculturais no interior das quais surgiu: os contextos jornalístico e histórico. A leitura dessa amostra se guiou principalmente pelo método da Análise de Discursos (AD) de cunho semiológico.⁷

1. O jornalismo de economia: ênfase no papel pedagógico depois do Cruzado

Quais são as características marcantes da cobertura dos cinco planos econômicos lançados no Brasil entre 1986 e 1989 pelos jornais *Folha* e *O Globo*? A análise das edições, no caso do Plano Cruzado⁸, mostra que uma das características mais

informações práticas: cotações da Bolsa, informações sobre câmbio, entrada e saída de navios, preços e produção de produtos agrícolas. A partir dessa década, os principais jornais passaram a dar destaque ao noticiário econômico não só porque as notícias sobre política sofriam forte censura, mas também porque a economia havia se tornado um dos temas centrais do regime militar (LENE, 2007).

⁴ Esta abordagem integra uma pesquisa sobre a imprensa no Brasil nas duas últimas décadas do século XX, que estou desenvolvendo no doutorado em Comunicação e Cultura da UFRJ, com o apoio do CNPq. O objetivo é compreender o processo de mudanças pelo qual passou o jornalismo de economia nesse período. Será analisado também o surgimento de “jornalistas-personalidades” na cobertura de economia. O recorte do material empírico se concentra nas edições da *Folha de S. Paulo* e de *O Globo* dos meses de lançamento dos oito pacotes econômicos implementados depois de 1985. Estes periódicos foram escolhidos porque se destacaram nos anos 1970, mantiveram essa posição até os dias de hoje e têm influência política sobre a opinião pública nacional.

⁵ Entrevistas concedidas à autora em 2007.

⁶ A pesquisa está em andamento e ainda vai englobar também a análise dos planos Cruzado I e II e Plano Real.

⁷ Não se utiliza o método comparativo de análise de um diário com o outro. A intenção é analisar as coberturas dos dois principais jornais e, a partir delas, como um conjunto, perceber os traços ou características do jornalismo de economia do Brasil. Na análise dos textos, não foi feita uma AD clássica, pois o objetivo não foi se deter detalhadamente na descrição das marcas enunciativas. Buscou-se referência na semiologia dos discursos sociais como um instrumental teórico-conceitual para leitura dos textos e para fazer observações de caráter mais geral.

⁸ Entre as principais medidas adotadas pelo pacote (decreto-lei nº 2.283, de 27 de fevereiro de 1986), destacam-se: 1) congelamento de preços nos níveis praticados no dia da publicação do decreto, inclusive o preço dos serviços; 2) alteração da unidade do sistema monetário, que passou a denominar-se cruzado, com valor correspondente a mil unidades de cruzeiro; 3) substituição da ORTN, instituída em 1964, pela Obrigação do Tesouro Nacional (OTN), cujo valor foi fixada em Cz\$106,40, congelado por um ano; 4) congelamento dos salários pela média de seu valor dos últimos seis meses e do salário mínimo em Cz\$ 804,00; 5) como a economia foi desindexada, institui-se uma tabela de conversão para transformar as dívidas contraídas numa economia com inflação muito alta para uma economia em que a inflação fosse praticamente nula; 6) criação de uma espécie de seguro-desemprego para aqueles que fossem dispensados sem justa causa ou em virtude do fechamento de empresas; 7) os reajustes salariais passaram a ser realizados por um dispositivo chamado “gatilho salarial” ou “seguro-inflação”, que estabelecia o reajuste automático de salários sempre que a inflação alcançasse 20% (SANDRONI, 2005, p.652).



significativas foi que os jornais tentaram fortalecer o seu papel pedagógico diante do leitor na cobertura de economia. Houve uma mudança de postura no jornalismo, que desenvolveu um noticiário predominantemente otimista e, ao mesmo tempo, que tentava ser didático. Esse momento é apontado como um marco no fortalecimento do jornalismo de serviço por autores como Juarez Bahia (1990), Bernardo Kucinski (2000), Luís Nassif (2003; 2007) e Rafael Fortes (2004).

Bahia (1990b, p. 227) registra que a informação econômica prestada pelos veículos assumiu uma função política e social, valorizada pela qualidade da orientação que fornece ao público. Naquele momento de choque econômico, leitores, ouvintes, telespectadores buscavam informações sobre bolsas, aplicações de curto prazo, investimentos de risco, como assegurar o valor do salário, como funcionava o seguro-desemprego. Essa necessidade por informações econômicas acessíveis aos leigos aumentou a oferta do jornalismo de serviço por parte dos jornais, que se mostrou uma tendência nos anos 1980.

Diários como *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Tarde (JT)* aperfeiçoaram nos anos 1980 a edição de serviços informativos econômicos que se tornaram padrões na imprensa brasileira. A seção “Confira o seu dinheiro”, do *JT*, de São Paulo, lançada em julho de 1981, publicava orientação técnica e conselhos para o bolso do leitor (salários, habitação, emprego, renda fixa, poupança, etc.) e era reproduzida por outros veículos nacionalmente (BAHIA, 1990b, p. 227).

Foi em fins de 1979 que o *JT*, veículo da família Mesquita, iniciou uma experiência nesse sentido em caráter local, mas com fortes desdobramentos futuros na imprensa nacional do período. Passou a investir pesadamente no jornalismo de serviço, buscando aproximar-se das necessidades imediatas dos leitores.⁹ Ao assumir a chefia da reportagem de Economia do *JT*, em 1979, Luís Nassif conta que a orientação dada aos repórteres e à edição foi a de privilegiar os efeitos diretos das medidas econômicas sobre o bolso. Se houvesse matérias sobre tarifa de energia elétrica, por exemplo, invertia-se a ênfase: a retranca principal seria sobre a conta de luz e o boxe sobre a política tarifária. Completava-se o quadro com matérias analíticas pequenas, sob o olhar de “Entenda a Economia”. Sobre isso, Nassif explica:

⁹ Em meados dos anos 1960, sua criação havia sido uma revolução na mídia brasileira. Foi criado por Mino Carta e trazia novos padrões de diagramação, pautas novas, com forte apelo no cotidiano, manchetes criativas. Com a saída de Mino Carta, assumiu seu lugar como secretário de redação Murilo Felisberti e, posteriormente, com sua saída, o jornal acabou mergulhando numa crise de identidade no final dos anos 1970 (NASSIF, 2003, p. 11).



No *Jornal da Tarde* nós radicalizamos a cobertura de serviços em dois sentidos. O primeiro era o seguinte: cada tema econômico que aparecia, a matéria principal era como que afetava o seu bolso. E depois você tinha uma sub-retranca que era a matéria em si, e tinha um negócio chamado “Entenda a economia”, onde você tentava trocar em miúdos o significado econômico daquelas decisões. Então você separava muito bem digamos a parte que afetava o bolso, que era o tema principal, e a parte em que você tentava explicar os mecanismos econômicos que era o “Entenda a economia”. Então a matéria mesmo ia para terceiro plano, a notícia em si, já que todos os jornais iam dar mesmo, então não precisava cobrir tão detalhadamente.

Outros assuntos foram incorporados à pauta de economia do jornal, como questões ligadas a condomínio, seguro, financiamento habitacional, o conjunto de temas que compõem o orçamento doméstico. Nassif afirma que o *JT* consagrou um padrão de jornalismo didático, com temas do dia-a-dia do leitor. As manchetes majoritariamente se dirigiam diretamente a ele, tipo “entenda como se faz isso”, “defenda seus direitos” etc. O modelo implantado ajudou a abrir caminho para novas formas de aproximação com o leitor e novas fontes de receita, com expansão, por toda a imprensa diária, de cadernos de serviços e segmentados. Completa Nassif:

E lá no *Jornal da Tarde* eu montei o projeto “Seu Dinheiro”. Nos anos 1980, os jornais abordavam o tema, mas a economia pessoal não era só investimento, eram as despesas. Você abordava aluguel, previdência, supermercado, gastos com carro, e depois abordava, na outra ponta, a questão dos investimentos, poupança, ações e tudo mais.

O jornalismo de serviços, segundo Nassif (2003, p. 14), foi “a primeira tentativa contemporânea de vocalizar os direitos difusos dos leitores”. Seu ponto alto, segundo ele, “foi o Plano Cruzado, quando se tornou padrão utilizado por todos os grandes jornais, resultando em grandes aumentos de tiragem, além de ter aberto novas fontes de faturamento publicitário através de cadernos de serviço”.

A análise das páginas da *Folha* e de *O Globo* do mês de lançamento do Plano Cruzado comprova a consolidação do jornalismo de serviço nessa época. Os veículos buscaram simplificar a linguagem, na tentativa de explicar de forma acessível e legível as medidas econômicas, e utilizaram, acompanhando as matérias principais, recursos gráficos como boxes, tabelas e ilustrações para facilitar o entendimento por parte do leitor. Um exemplo interessante desse esforço pelo didatismo por parte dos jornais está registrado na edição de *O Globo* de 2 de março de 1986. A matéria “Saiba o que vai mudar amanhã na rotina dos bancos” trouxe como uma sub-retranca “Como preencher

corretamente um cheque em cruzados”, com a reprodução de um cheque preenchido corretamente em letra cursiva e com orientações de como o leitor deveria fazer diante da mudança da moeda.

Esse jornalismo de serviço ou de utilidade pública passou definitivamente a fazer parte da rotina e do papel dos jornalistas durante a era de turbulências na economia inaugurada pelo Plano Cruzado, segundo relembra Miriam Leitão:

A hiperinflação criou tumultos no dia-a-dia das pessoas, nas tarefas do cotidiano. Então, de repente a gente acorda no dia 28 de fevereiro de 1986 e fala assim: acabou a inflação, a moeda é outra, corta zeros, tudo agora vai ser diferente, tem uma tablita para você pagar suas contas e cobrar as dívidas dos outros, e tudo é diferente. Os preços vão ser tabelados. Está aqui a tabela. Então, a gente de repente era de utilidade pública, a gente fazia jornalismo de utilidade pública. A demanda em cima da gente era impressionante! Os telefones tocavam o dia inteiro. As pessoas perguntavam coisas elementares e ligavam dizendo minha situação é diferente de tudo que está sendo explicado, deixa eu te explicar a minha história. Então você tinha de entender. (...) O jornalismo de serviço sempre existiu, mas ele foi levado a níveis como nunca mais ele vai ter tão grandes em importância. Ele vai continuar sendo importante, mas naquele momento ele atendia uma coisa emergencial .

Para Kucinski (2000, p.16), a expansão dessa forma de abordagem do jornalista ocorreu a partir dos desdobramentos da crise do “milagre econômico”: primeiro, com a alta do petróleo; depois, com as greves operárias, e a profunda recessão dos anos 1980; e finalmente a alta dos preços. A inflação alimentou esse tipo de jornalismo, voltado aos problemas econômicos e financeiros de seus leitores de classe média, como prestações da casa própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que, de certa maneira, tenta recolocar o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística.

Por que isso ocorreu e se consolidou principalmente a partir dos altos e baixos da economia brasileira? Porque a prestação de serviço por meio das páginas também reforçava a utilidade do jornal enquanto produto por parte das empresas de comunicação. Tratava-se, portanto, também de uma estratégia de atrair os leitores para as notícias.

Nos início da Nova República, a indústria jornalística estava em expansão. Em 1986, ano atípico do Plano Cruzado, *O Globo* era lido diariamente por 2 milhões e 377 leitores. Acompanhando a configuração do mercado de jornais nas principais capitais, a



Marplan identificava um perfil do leitor brasileiro em que se destacavam como os maiores consumidores dos diários: os homens, as classes de maior poder aquisitivo e as pessoas com formação universitária; e o maior índice de leitura ocorria aos domingos (BAHIA, 1999a, p.373).

Do ponto de vista de organização enquanto empresas, a imprensa diária e as revistas semanais se tornaram mais automatizadas. Desde os anos 1970, começaram a empregar processos computadorizados de edição. Entre os grandes jornais, a *Folha* foi pioneira nesse sentido, seguida do *Estado de S. Paulo*, de *O Globo* e do *Jornal do Brasil*. Entre as publicações semanais de informação, as primeiras foram *Manchete* e *Veja* (BAHIA, 1990a, p. 374). A nova redação automatizada permitiu que repórteres e redatores enviassem seus textos diretamente à fotocomposição.

O Plano Cruzado abriu mais oportunidades para os jornais brasileiros e desmentiu previsões de esgotamento da capacidade de influência e penetração dos veículos impressos. Com o lançamento do pacote, os brasileiros correram às bancas de jornais em busca de informações (tabelas, ilustrações, cálculos, dados comparativos etc.) que nem o rádio nem a TV podiam fornecer de forma satisfatória (*ibid.*, p. 391).

A euforia do Cruzado perdeu fôlego antes de completar um ano de mudanças econômicas. No entanto, a circulação dos jornais cresceu 32% nos primeiros seis meses e subseqüentemente manteve-se 13% acima da média. O congelamento dos preços do exemplar e da publicidade – imune ao ágio que a quase totalidade dos produtos alcançava em desafio ao programa antiinflacionário – incrementou a leitura e levou os anunciantes a investirem mais. A saturação da TV como meio publicitário favoreceu a expansão dos jornais e revistas. Nesse ano, os jornais ficaram com 32% dos negócios publicitários, contra 60% da televisão (BAHIA, 1990a, p.391).

Os jornais ganharam a batalha da notícia com as TVs na emissão de informação que exigia referência, confirmação, verificação ou conferência, elementos que melhor se apuram mediante a manipulação física do papel.

A apresentação do pacote foi feita por meio de uma cadeia de rádio e TV, amparada por um impacto de surpresa, oral e visual. Entretanto, passado esse momento, o campo de atração e interesse do Plano Cruzado se deslocou para as páginas dos jornais e das revistas. Nessa cobertura, o clímax da supremacia da palavra impressa abrangeu os primeiros seis dias do lançamento das medidas; até o 10º dia ainda se observava alto índice – além do normal – de consumo de leitura. Daí em diante foi grande a penetração dos jornais que exploraram bem o interesse e a expectativa da sociedade com guias,



reprodução de tabelas e gráficos explicativos e outras informações “de bolso” (BAHIA, 1990a, p. 391-392).

No dia 5 de março de 1986, a *Folha de S.Paulo* bateu todos os recordes da imprensa brasileira. Juntamente com a *Folha da Tarde* imprimiu 1 milhão 714 mil exemplares de uma edição extra com a tabela de preços congelados de 300 produtos, válida somente para o estado de São Paulo e emitida pela Sunab às 6h45. A edição extra (oito páginas em formato tablóide) chegou às bancas às 10h35 (BAHIA, 1990a, p.392).

O impacto da notícia de economia a partir do Plano Cruzado gerou mudanças no projeto gráfico da *Folha*, conforme a direção do periódico lembrou mais tarde, em sua edição de 24 de maio de 1989:

A partir de junho de 1986, quando foi criado o Caderno de Economia, a *Folha* vem dividindo suas edições em cadernos, cada um sobre uma temática determinada e própria. Essa política permite agrupar melhor os assuntos e facilita a vida do leitor que quiser ir diretamente ao noticiário que mais o interessa.¹⁰

O Globo também superou seu próprio recorde de circulação. No dia 6 de março de 1986, sua tiragem foi de 814 mil exemplares. Bahia (1990a, p. 392) registra que os demais grandes jornais puseram nas ruas edições cujas tiragens também se beneficiaram da preferência dos leitores e registraram altos índices de venda.

Na veiculação do plano, as emissoras de TV defenderam-se como puderam e em muitas ocasiões impuseram seu ritmo aos jornais. As redes *Manchete*, *Bandeirantes*, *SBT* e as próprias *TVEs* registraram boas coberturas, mas a *Rede Globo* se destacou. Sua estratégia foi concentrar maior tempo nos debates, retomando tradição da imprensa escrita, dinamizando-os com os recursos da televisão.¹¹

Para Bahia (1990a), o episódio do Cruzado sugere duas lições num contexto de comportamento cultural da sociedade em relação à notícia: a) a imprensa é mais útil na medida em que consegue responder satisfatoriamente às expectativas de informação da opinião pública, e não só quando julga estar fazendo isso, numa estrita avaliação de seus editores; b) em um grande acontecimento, como no caso do programa sobre o Cruzado, a vantagem de tempo (diferença de 12 horas) que a TV leva sobre a imprensa só tem

¹⁰ “Folha muda para tornar sua leitura mais veloz”, reportagem publicada na quarta-feira, 24 de maio de 1989, na editoria de Política da *Folha* (p.A-5).

¹¹ A *Rede Globo* cedeu terreno à *Manchete* e à *Bandeirantes* na transmissão parcial dos debates entre o ministro da Fazenda, Dílson Funaro, e parlamentares no plenário da Câmara dos Deputados. Na noite de 6 de março de 1986, a *Globo* reuniu convidados (ministros e outros debatedores) e ofereceu um exemplo da privilegiada capacidade da TV para dar notícias rápidas e impactantes (BAHIA, 1990, p.392).



utilidade com apoio de iniciativas talentosas e competentes, que ofereçam à audiência algo além da rotina – como os debates com a participação de ministros e economistas. Na cobertura do primeiro choque da Nova República, portanto, a fase de impacto foi dominada pela TV; e a de compreensão, interpretação e vulgarização dos fatos pela imprensa. E foi uma época de crescimento da imprensa de economia e também aprendizado para os jornalistas da época, conforme destaca Carlos Sardenberg:

O jornalismo econômico cresceu porque atendia uma demanda bastante considerável: o crescimento econômico e uma mudança nas bases econômicas do País. Da mesma forma, esteve presente durante os momentos de instabilidade. O Brasil mergulhou numa crise prolongada a partir da década de 1980 – chamada década perdida. E o que aconteceu com o jornalismo econômico? Continuou sendo notícia, embora de um modo inverso. Paramos de falar de crescimento para falar de estagnação, recessão e de um personagem novo, a inflação. Aquela conhecida, desde 1964, era brincadeira, ridícula, de 100% ao ano. Nesse novo período, este chegou a ser quase o índice mensal – 80% no último mês do governo Sarney. Depois, 45% ao mês era o normal. A crise econômica, caracterizada por uma inflação ascendente, crônica, também criou uma demanda importante. E o jornalismo econômico soube atendê-la de uma maneira que julgo muito eficiente. Sobretudo se compararmos as páginas econômicas dos jornais brasileiros com as de outros países.¹²

A era do Cruzado foi, portanto, um marco da recente história política e econômica do país, não só porque provocou um choque na economia que inicialmente deu resultados, mas porque teve também uma conotação sensacional, de extasia até, para a população brasileira, que se engajou em nome da nação na luta contra o inimigo comum – a inflação – e, muitas vezes, de forma apaixonada e passional, partiu para o confronto físico em nome do controle de preços.

E qual a participação do jornalismo de economia nesse processo? Por que desenvolveu uma cobertura com essas características nesse momento? A imprensa dessa área construiu um noticiário para explorar a extrema participação popular no andamento do Cruzado. E sua narrativa foi construída de forma sensacional. O que se observa é uma busca também da editoria de economia, tradicionalmente marcada por uma linguagem mais hermética e sisuda, de popularizar a cobertura dos fatos econômicos e conquistar leitores.

¹² Palestra “A transição no jornalismo econômico” proferida em 24 de novembro de 1995 e publicada no site <http://www.bancobrasil.com.br/appbb/portal/bb/si/pbcs/rsm/CarlosAlbertoSad.jsp>. Acesso 1º de maio de 2004.



2. O jornalismo de emergência depois do primeiro “choque”

As tensões que envolviam o Plano Cruzado foram represadas até as eleições parlamentares e para governadores de novembro de 1986.¹³ Depois das eleições, no entanto, o programa sofreu modificações e a inflação voltou com intensidade, acompanhada por um claro processo recessivo. Seis dias após o pleito, em 21 de novembro, foi lançado o Plano Cruzado II (Decreto-lei n.º.290/86), que descongelou os preços de produtos e serviços, liberou os preços dos aluguéis para serem negociados entre proprietários e inquilinos e alterou o cálculo da inflação, que passou a ser medida com base nos gastos das famílias com renda de até cinco salários mínimos.

Na transição para o Cruzado II, a cobertura não era mais de entusiasmo absoluto, como havia sido no lançamento do Cruzado. Os jornais não poderiam mais sustentar o clima de otimismo dos primeiros dias do Plano Cruzado porque os problemas já vinham ficando cada vez mais visíveis para o mercado e para os consumidores. E era preciso mostrar essas tensões em suas páginas até para o noticiário econômico continuar atraindo leitores. Afinal, a inflação continuava sendo uma ameaça iminente. A cobertura já associava o fato de as eleições encobrirem a real situação do plano. Não havia mais tanta unidade no discurso das fontes do governo, como no período de lançamento do Plano Cruzado. Havia um certo “disse me disse” por parte das fontes principais, o que demonstra que não havia um consenso sobre que rumos tomar com relação ao andamento das medidas econômicas.

Sobre a linguagem utilizada nas notícias sobre o pacote, prevaleceu no jornalismo de economia a tentativa de ser didático/pedagógico. Observa-se a continuação da adoção de um padrão de jornalismo de serviço. Nesse momento de intensa turbulência da economia brasileira, após a “ilusão” dos primeiros meses do Cruzado – criada com ênfase pelo governo e capitaneada pela cobertura dos jornais – de que ele teria êxito, os jornais continuaram a buscar uma posição de decifradores do mundo da economia para tentar traduzir esses fatos para o público.

O jornalismo e os jornalistas de economia tomaram para si esse papel de decifradores do campo econômico com o objetivo de reafirmar sua importância, e isso implicava também a tentativa de incluir o leitor nessa cobertura – e torná-lo capaz de compreender as notícias. Nesse processo de tentativa de tradução dos fatos, observa-se que essa

¹³ No pleito, o presidente José Sarney e o PMDB obtiveram uma vitória espetacular: a representação desta legenda na Câmara dos Deputados foi de 201 para 261 (em 487) e seu número de senadores subiu de 23 para 45, o que proporcionou uma maioria ainda mais ampla no Senado. O PMDB também venceu as eleições para governador nos estados mais populosos (SKIDMORE, 1998, p. 272).



editoria tentava diminuir o caráter hermético do campo da economia. Na *Folha*, por exemplo, a abordagem sobre as mudanças no Cruzado foi feita com a divisão dos assuntos em matérias pequenas. Tentava-se explicar o impacto das diferentes medidas ou nos diversos produtos em sub-retrancas, com ilustrações ou tabelas. No jornal *O Globo*, para discutir as medidas, optou-se frequentemente pela publicação de matérias formadas por um texto de abertura seguido de tópicos numerados com explicações detalhadas sobre as mudanças.

Observa-se nessa cobertura a ênfase na publicação praticamente diária de gráficos para ilustrar aumentos do custo de vida e da inflação. Mas a ênfase em ilustrar os números não era apenas um recurso para ilustrar de forma didática a notícia de economia. Servia também para demonstrar a ascensão da tão temida inflação para o leitor. Era uma forma de retratar o clima de insegurança com relação aos resultados do Plano Cruzado. Apesar da fragmentação da abordagem e também do uso de recursos como tabelas e ilustrações, as páginas dos jornais, do ponto de vista gráfico, ainda mantinham um aspecto sério, pois continham mais textos que imagens.

O Plano Cruzado II provocou um aumento generalizado de preços. Bebidas, por exemplo, subiram 100%; automóveis, 80%; combustíveis, 60,16%. A inflação disparou e a população perdeu a confiança no governo. Cinco meses após sua edição, o ministro da Fazenda Dílson Funaro foi substituído por Luís Carlos Bresser Pereira (SKIDMORE, 1998, p.272-273). Havia problemas também na frente do balanço de pagamentos. A taxa cambial oficialmente congelada estava se tornando cada vez mais sobrevalorizada, com as importações sendo favorecidas e as exportações desencorajadas. O sinal inequívoco de pânico veio em fevereiro de 1987, quando, com as reservas cambiais estrangeiras caindo rapidamente, Funaro suspendeu os pagamentos dos juros da dívida externa aos bancos privados. Era a moratória unilateral que os ministros da Fazenda brasileiros há tanto tempo evitavam (*ibid.*).

Em 1987, o Plano Cruzado havia se tornado apenas outro plano de estabilização fracassado. Apesar do apoio popular, acabou entrando em crise por diversos fatores. Nos últimos dois anos da presidência Sarney a economia foi saindo cada vez mais de controle, com a inflação em 1988 alcançando 1038% (*ibid.*).

No primeiro semestre de 1987, foi lançado o Plano Bresser ou Novo Plano Cruzado (Lei N° 2.335/87, de 12/06/1987), elaborado pelo então ministro da Fazenda Luís Carlos Bresser Pereira. Ele incorporava as características consideradas positivas do Plano



Cruzado, mas com algumas modificações para evitar seus pontos negativos.¹⁴ Ao contrário do Cruzado, já encontrou a economia em processo de desaceleração e procurou conservar esse estado de coisas (para evitar expansão da demanda e o malogro do congelamento) por meio da redução dos salários reais e da manutenção em níveis elevados das taxas de juro e de uma elevação real da taxa cambial.

Nas páginas dos jornais, a cobertura sobre o Plano Bresser foi marcada pelo ceticismo e, por parte da população, também por insegurança e medo. Ao contrário do clima de entusiasmo verificado na primeira edição do Plano Cruzado, já menor no Cruzado II, nesse terceiro programa do governo Sarney até o “pai da criança”, Bresser, foi cauteloso ao falar sobre ele. A inflação continuou sendo o inimigo a ser combatido. A cobertura jornalística demonstrou o tom moderado com que esse “novo” programa foi tratado pelas fontes oficiais.

Sarney recorreu à TV e ao rádio para explicar o plano e o tachou de “exequível e austero”, acrescentou que o governo havia adquirido experiência com os programas anteriores e conclamou mais uma vez o povo a apoiar as medidas. O ceticismo das fontes – técnicas, políticas e da população – e o clima de insegurança foram mostrados na cobertura. A título de exemplo, a *Folha* de 21 de junho de 1987 trouxe a reportagem “Empobrecida, classe média não tem ilusões com o choque”, que mostrou o desânimo de consumidores, inclusive dos que antes se intitulavam de “fiscais do Sarney”.

A cobertura jornalística de repercussão com as diferentes esferas da sociedade nas páginas dos jornais enfatizou bastante a questão de como ficariam os salários e utilizou gráficos e tabelas para demonstrar as alterações. Como haviam sido largamente adotados nas coberturas dos dois planos anteriores, esses recursos ajudavam a tornar mais didáticas as explicações sobre as mudanças.

Miriam Leitão lembra de sua experiência como editora de economia durante o Plano Bresser. Ela tinha se mudado de São Paulo para o Rio de Janeiro para trabalhar no *Jornal do Brasil*, onde ficou de 1985 de 1990, e foi chamada para assumir o cargo depois do Plano Cruzado:

¹⁴ As medidas mais importantes foram: 1) congelamento geral de preços e salários por um prazo de 90 dias; 2) após essa primeira fase de congelamento, o plano previa uma fase de flexibilização de preços com reajustes de preços e salários, a fim de corrigir eventuais desequilíbrios herdados da fase anterior; 3) após os ajustes da flexibilização, estabelecia a liberação de preços, que passariam a ser definidos pelas forças do mercado; 4) estabelecimento de um novo indexador, a Unidade de Referência de Preços (URP), que reajustaria os salários e determinaria os tetos para os reajustes de preços; e 5) adoção de uma política monetária e fiscal rigorosa com a intenção de reduzir o déficit público e impedir um crescimento explosivo da demanda, como acontecera durante os primeiros meses do Plano Cruzado (SANDRONI, 2005, p. 648-649).

Então, em 1987, quando teve o Plano Bresser, eu percebi a necessidade e montei uma mesa de atendimentos. Aquele momento era um momento de emergência. (...) Você tinha um incêndio na casa, então, não podia ficar discutindo como reformar a sala. Tinha de cobrir o incêndio. Então eu botei uma mesinha de gente que ficava no telefone o dia inteiro para contar o caso das pessoas. E aqueles casos das pessoas comuns a gente transformava em pauta. (...). E às vezes a gente ligava para o Ministério da Fazenda e as pessoas respondiam assim: “e não pensei nisso ainda”. Então, a realidade tinha muito mais situações do que os elaboradores do plano tinham previsto. E a gente acabava sendo o elo de ligação entre todo mundo com todo o tipo de rolos, de dificuldades, com o grupo do Ministério da Fazenda, que ficava alterando a vida de todo mundo.

Durante o plano econômico, os jornalistas, portanto, partiam das demandas dos leitores que ligavam para reclamar e acabavam pautando a editoria de economia. Diferentemente do que ocorreu no Plano Cruzado, em que a população incorporou o papel de “fiscais do Sarney”, no Bresser os jornalistas muitas vezes assumiram esse papel, conforme relato de Miriam Leitão:

O plano econômico caía como um pacote na cabeça das pessoas. Você precisava ver como chegava na redação para a gente. No Plano Bresser, uma vez eu disse: “Meu Deus eu vou afundar aqui”. (...) A informação vinha de todos os lados e vinha com boato também. (...) O Plano caiu na cabeça da gente numa sexta-feira porque ficava assim boato, boato, boato e de repente ele caía na cabeça da gente. E você tinha de destrinchar todas aquelas medidas provisórias, aqueles decretos, aquelas mudanças de todas as regras: como é que você paga a casa própria, quanto será remunerada sua caderneta de poupança, como você vai pagar suas dívidas, como você paga as contas públicas, tinham várias exceções, não era simples assim, e as tabelas?

Ao assumir a função de “fiscal”, os jornalistas também legitimavam o seu próprio papel de mediador entre a população e o público. Também estavam construindo uma “legitimidade da fala”, uma “autoridade simbólica”. E, nessa cobertura, atuavam como catalisadores dos boatos e a dificuldade era filtrar as informações que chegavam à redação e desenvolver um jornalismo de utilidade pública, segundo Miriam Leitão:

Depois do primeiro plano, os supermercados faziam elevação de preços preventivos. Então, uma das técnicas que a gente desenvolveu era: assim que começava a circular o primeiro boato, e o governo negava sempre, eu colocava uma pessoa para cuidar do abastecimento. Você vai todo dia ao supermercado, vai a vários supermercados, você vai anotar o preço de tudo, todos os dias. Porque na hora em que vinha o plano, os supermercados fechavam no fim do dia e trabalhavam a noite inteira, remarcando tudo. Quando abriam, eles diziam: olha, estava assim. Está congelado como estava. E a gente conseguiu provar algumas vezes que houve aumento. Isso é que eu chamo de utilidade pública. A gente tinha de fazer esse tipo de jornalismo do dia-a-dia



mesmo, do arroz com feijão. Por outro lado você tinha de entender a macroeconomia, entender o que era aquele plano, se ele tinha chance de dar certo ou não.

Ao falar sobre como foi a cobertura, Miriam Leitão está simultaneamente falando sobre o que é (ou deve ser) o próprio jornalismo em sua visão. Ela está construindo uma imagem sobre a profissão, reforçando certos valores do campo.

Na continuação da cobertura de emergência dos planos econômicos, o que se observa é a ênfase do jornalista para oferecer uma notícia de utilidade pública. Na editoria de economia, ganham prestígio os jornalistas que tinham capacidade de traduzir rapidamente as medidas dos planos.

3. Política do “feijão-com-arroz” e Planos Verão I e II

A história, de certa forma, se repetiu. O Plano Bresser não resistiu por muito tempo e o ministro da Fazenda acabou sendo substituído por outro economista, Mailson Ferreira da Nóbrega. Na ausência da definição de instrumentos efetivos de controle sobre os preços, o programa tornou-se insustentável (MENDONÇA & FONTES, 1994, p.82).

Em janeiro de 1988, Mailson da Nóbrega deu início à chamada política “feijão-com-arroz”, com modestos propósitos e metodologias. Visava apenas estabilizar a inflação em torno de 15% ao mês e reduzir o déficit público mediante o corte dos incentivos fiscais e a suspensão do pagamento da URP ao funcionalismo. A política simplista dependia largamente das flutuações conjunturais. Assim, a decretação da moratória dos juros do serviço da dívida externa possibilitaria, por um lado, um curto fôlego para a asfíxiada economia brasileira. Por outro lado, a promulgação da nova Constituição¹⁵ retirava do poder central uma parcela expressiva dos recursos. Resgataram-se para o Congresso tímidas prerrogativas de política econômica, acrescentando-se um complicador ao ajuste fiscal pretendido. Uma maior quantidade da receita federal ficava comprometida com os estados e municípios.

Mendonça e Fontes (1994, p.83) ressaltam que o “feijão-com-arroz” desembocou na “ingovernabilidade”. A crise econômica chegou a tal ponto que, em fins de 1988, estabeleceu-se acordo inédito entre governo, empresários e trabalhadores (assumido apenas pela CGT e não pela CUT): o chamado Pacto Social, que tentou estabelecer um redutor para a prefixação dos reajustes de preços nos dois últimos meses do ano. Frágil

¹⁵ A Constituição de 1988, a oitava do país, consolidou valores democráticos e avançou na definição e na proteção dos direitos sociais, coletivos e individuais. Manteve o estado como República presidencialista e federativa e inovou com a incorporação das emendas populares como instrumento de ação política direta da sociedade civil organizada.



e temporário, o pacto logo se desfez e a resposta do governo foi o Plano Cruzado Novo ou Verão. Anunciado em 15 de janeiro de 1989, foi o 4º choque econômico e a 2ª reforma monetária do governo Sarney. Elaborado sob a supervisão dos ministros Mailson da Nóbrega (Fazenda), João Baptista Abreu (Planejamento), Dorothea Werneck (Trabalho) e Ronaldo Costa Couto (Casa Civil), teve a mesma concepção dos pacotes antiinflacionários aplicados anteriormente no Brasil e em outros países.¹⁶

Nas páginas dos jornais, a cobertura do Plano Verão começou antes de seu anúncio oficial, no dia 15 de janeiro de 1989, por Sarney. Após os choques anteriores, a imprensa estava muito mais atenta às movimentações em torno da economia e o preparo das medidas do chamado “choque verão” virou pauta diária dos jornais. Às vésperas de mais um plano, a cobertura dos diários pesquisados foi desenvolvida tendo como ponto de referência comparações com os planos anteriores. A rememoração era sempre feita para contextualizar a notícia. O jornalismo, como narrativa dos acontecimentos diários, tem esse papel de contextualizar e trazer à memória dos leitores informações relacionadas com o fato abordado.

A discussão sobre as medidas ocupou grande parte das primeiras páginas no primeiro mês de 1989. Um traço da cobertura dessa época foi a publicação do editorial na capa de algumas edições. Por que a ênfase dos jornais em colocar nas primeiras páginas seus posicionamentos sobre o novo plano que estava para ser anunciado nos próximos dias? Depois da cobertura jornalística eufórica do Plano Cruzado, seguida de coberturas mais cautelosas durante o Cruzado II e o Bresser, a imprensa cobrou do governo de forma enfática a questão da tomada de medidas que trouxessem algum resultado no novo plano. Depois das experiências anteriores, os jornais criticaram o presidente Sarney e deixaram isso bem claro nos editoriais publicados antes e depois do anúncio oficial do programa, tanto nas capas quanto na página de opinião.

Na cobertura desse pacote, houve uma valorização do jornalismo opinativo, com a publicação de editoriais na capa e também de análises ao lado dos textos informativos. Foi o momento de avanço dos recursos gráficos nos jornais pesquisados. As tabelas e

¹⁶ Estabelecido por medida provisória (Lei nº 7.730/89, de 31/01/1989), teve as seguintes medidas: o congelamento dos preços com prazo indefinido; extinção da Obrigação do Tesouro Nacional (OTN) e da URP; criação do “cruzado novo” (valendo mil cruzados antigos); e desvalorização do câmbio em 16,3805%. A partir daí, o câmbio ficou congelado até segunda ordem, o dólar norte-americano passou a valer 1 cruzado novo, e o dólar-turismo teve suas cotações fixadas pelo mercado. O choque determinou a suspensão do processo de indexação da economia (correção monetária). Os gastos da administração federal, geradores de déficit público, deveriam, segundo o governo, ser limitados ao montante da arrecadação de cada órgão (SANDRONI, 2005, p. 656-657).

gráficos foram incrementados e evoluíram nessa época para infográficos¹⁷, que ganhou mais espaço e passou a ser utilizado pelos jornais brasileiros como um recurso de informação eficaz nos anos 1980.

De acordo com o editor de arte de *O Globo*, Léo Tavejnhansky, que trabalha nessa área do jornal há mais de 20 anos, em meados da década de 1970, *O Globo*, como a maioria dos grandes jornais, já contava com profissionais especializados em gráficos e mapas e os departamentos de Arte começaram a ser estruturados. No entanto, apenas nos anos 1980 a infografia passou a chamar grande atenção, com o lançamento, em 1982, do *USA Today*, que revolucionou o design dos jornais no mundo inteiro com seu uso da infografia e da cor. A maior expansão da técnica, porém, aconteceu em 1985, com a chegada do Macintosh. A infografia deixou de ser artesanal, industrializou-se e se espalhou pelo mundo.¹⁸

Massimo Gentile, editor de Arte da *Folha*, diz que esse recurso é tradicional na cultura do veículo “que foi o primeiro jornal brasileiro a usá-lo”, segundo ele. Fábio Marra, infografista da *Folha*, lembra que os primeiros Macintosh com *softwares* gráficos só chegaram à redação no fim dos anos 1980 e que, até essa época, tudo era construído com habilidade manual, nanquim e letra set. Com os computadores, ficou mais fácil fazer.¹⁹ A orientação da *Folha* de utilização de recursos para informar de forma mais fácil para o leitor e a defesa de que foi pioneira nessa área estão registradas em seu *Projeto Editorial de 1988-1989*.²⁰

Nas notícias de economia dos dois jornais pesquisados percebe-se uma evolução desse recurso a partir do Plano Verão. Na cobertura dos pacotes anteriores predominava a publicação de tabelas com textos em tópicos e de diagramas infográficos, que é um tipo mais simples de infografia (que apresenta uma combinação de diagrama e pictograma).²¹

¹⁷ O termo vem do inglês *informational graphics* e o seu uso revolucionou o *layout* das páginas de jornais, revistas e sites. (...) Segundo pesquisas, a primeira coisa que se lê em um jornal são os títulos, seguidos pelos infográficos, que, muitas vezes, são a única coisa consultada na matéria. Os ancestrais do atual infográfico na imprensa são os primeiros desenhos informativos utilizados para contar histórias visualmente, publicados nas páginas dos jornais há aproximadamente 200 anos. Alguns autores registram que sua origem remonta os primeiros desenhos pintados pelos homens nas cavernas (CAIXETA, 2005; SCHMITT, 2006, p.21 e p.36).

¹⁸ Entrevista de Léo Tavejnhansky a Rodrigo Caixeta em julho de 2005.

¹⁹ *Idem*.

²⁰ A primeira edição do Manual, de setembro de 1984, já dizia: "Tudo o que puder ser dito sob a forma de mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto. Fomos pioneiros na valorização desses recursos. Eles ocupam hoje uma posição de destaque no conjunto de cada edição da *Folha* e são reconhecidos como instrumento altamente eficaz para tornar a leitura dos jornais mais atraente, mais rápida e mais proveitosa".

²¹ Joseph Maria Serra (1998), citado por Schmitt (2006, p.21), registra que o infografismo ou infografia só passou a ser reconhecido como gênero informativo em 1989.

Diferentemente dos outros planos, o Verão II foi baixado por meio de medida provisória pelo presidente Sarney ao longo do mês de maio – não houve um anúncio bombástico de choque como nos outros pacotes, nos quais Sarney fez discursos em emissoras de rádio e TV – e a cobertura diária dos jornais pesquisados acompanhou as mudanças para mostrar aos leitores as novidades que iam alterar o seu dia-a-dia.

O enfoque predominante, no entanto, foi mais de que o “choque verão” estava no fim do que o do clima de que havia um “novo” conjunto de medidas econômicas que poderia ter resultado. Discutiu-se novamente se o país estava na iminência de uma hiperinflação. Menos de cinco meses depois de lançado o Plano Verão, o governo Sarney desistia de um novo choque e se rendia à chamada política “feijão-com-arroz”: a administração do dia-a-dia para evitar uma explosão inflacionária. Esta foi a principal característica do Verão II.²²

Naquele contexto de final de década, em 1989, o país se preparava para a realização das primeiras eleições diretas para presidente. Esse fato político traria profundas conseqüências na economia nos anos seguintes.

Conclusão

Na década de 1980, a indústria jornalística era desafiada por um mercado em expansão. As tiragens dos jornais em 1988 evoluíram para índices em torno de 200/250 mil exemplares de segunda-feira a sábado e 400/500 mil aos domingos. As edições médias por número de páginas se fixaram em torno de 100 páginas nos dias úteis e 300 nos domingos, em face, principalmente, das limitações de custo do papel, comuns a todos os países (BAHIA, 1990, p.374).

No que diz respeito ao jornalismo de economia, da segunda metade até o final da década, a abertura política e a sucessão dos pacotes de estabilização trouxeram mudanças na forma de apresentar a notícia e de se relacionar com o leitor. A cobertura jornalística passou de predominantemente entusiasmada, no Plano Cruzado, para uma

²² As historiadoras Mendonça e Fontes (1994, p.83) registram que o Plano Verão conjugava a absoluta falta de regras de indexação com a seletividade na aplicação de aumentos salariais. O setor público constituiu-se em seu alvo número um: redução salarial, demissões e extinção de órgãos estavam entre suas medidas. O único e impávido “colosso” nessa crise era a inflação, quadruplicada entre 1985-1989, atingindo a cifra de 1000% ao ano. O agravamento do desequilíbrio das contas públicas e redundou em efeitos perversos. Houve a perda da credibilidade nas políticas de choque; a instalação de um horizonte especulativo na formação dos preços em geral; e desacelerava-se grandemente o crescimento industrial. Aliado a isso, a moeda se desvalorizava internamente e, estrangulada pela dívida externa, perdia sua capacidade de constituir-se em reserva de valor. A crise extrapolava os limites econômicos e se irradiava no Estado e em suas instituições.



cobertura mais crítica ao longo dos outros quatro programas de medidas econômicas que se seguiram.

As notícias de economia foram valorizadas com a evolução dos gráficos e tabelas e ganharam o reforço dos infográficos. De 1986 a 1990, os principais jornais brasileiros instalaram na redação e na área de classificados sistemas integrados de computadores. Até 1990, o jornalismo impresso investiu US\$ 100 milhões em novas tecnologias, conforme estimativa da ANJ. Bahia (1990, p.390) registra que isto representou “a maior revolução industrial da imprensa brasileira em todos os tempos”.

Nessa época, investiu-se em inovações de pessoal, em micros, em rotativas, em aperfeiçoamento técnico de circulação. As novas técnicas de produção adotadas eliminam uma série de etapas industriais na elaboração do produto e permitem a sua impressão em até 35 minutos (*ibid.*, p.391).

A análise dos jornais pesquisados mostra que houve um aumento da interatividade com os leitores nesse período de pós-ditadura. Eles começaram a ter mais peso nessa relação, pois os periódicos intensificaram a preocupação de responder às questões que eram mais relevantes para seu público nas turbulências provocadas pelos diversos planos, e esse contato direto com o leitor (via telefone ou por cartas) geravam questionamentos e novas pautas, que alimentavam o noticiário. Houve o fortalecimento do jornalismo de serviço ou de utilidade pública.

Como empresas, os jornais passaram a investir em estratégias de marketing – uma área que também começou a ganhar espaço no meio empresarial brasileiro nos anos 1980 – para conquistar mais leitores num período de guerra contra a concorrência entre os próprios periódicos e a TV.

Referências bibliográficas

1. Fontes primárias

Jornais diários: *Folha de S. Paulo e O Globo* - 28 de fevereiro de 1986 e as edições do mês de março de 1986; (Plano Cruzado); junho de 1987 (Bresser), janeiro de 1989 (Verão I), maio de 1989 (Verão II).

Entrevistas com jornalistas:

LEITÃO, Miriam. Entrevistador: Hérica Lene. Rio de Janeiro, na residência da jornalista, na Gávea, em 15 de março de 2007.

NASSIF, Luís. Entrevistador: Hérica Lene. São Paulo, na Agência Dinheiro Vivo, em 26 de março de 2007.

2. Fontes secundárias:

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira.** Volume 1. São Paulo: Editora Ática S.A., 1990a.



- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. Volume 2. São Paulo: Editora Ática S.A., 1990b.
- BARBOSA, Marialva. **Os Donos do Rio – Imprensa, Poder e Público**. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000, 257p.
- CAIXETA, Rodrigo. **Jornalismo na prática – a arte de informar**. Artigo publicado no site da Associação Brasileira de Imprensa em 29 de julho de 2005. Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556>. Acesso em: 27 de janeiro de 2007.
- FORTES, Rafael. **A torcida "precisa e imparcial": Istoé, Veja e o Plano Cruzado**. Orientador: Afonso de Albuquerque. Niterói, Rio de Janeiro, 2004, 1v., 221p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense (UFF), 2004.
- KUCINSKI, Bernardo. **O Jornalismo econômico e os paradoxos da economia. Elementos para o exercício crítico do jornalismo econômico**. Orientador: Não informado no Banco de Teses da Capes. São Paulo, 1995, 138p. Dissertação (mestrado em Jornalismo) – Universidade de São Paulo (USP), 1995.
- LENE, Hérica. **Jornalistas de economia no Brasil: juventude, formação especializada e relações de parentesco no mercado de trabalho**. Trabalho apresentado no VII Encontro do Núcleo de Pesquisa da Intercom. In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.
- MENDONÇA, Sônia Regina de & FONTES, Virgínia Maria. **História do Brasil Recente – 1964-1992**. São Paulo: Editora Ática, 3ª edição, 1994.
- NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003, 308p.
- NASSIF, Luís. **O jornalismo econômico**. Artigo publicado no jornal *Folha de S. Paulo* em 17 de setembro de 2003.
- SANDRONI, Paulo. **Dicionário de Economia do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- SKIDMORE, Thomas E. **Uma história do Brasil**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1998, 4ª edição.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999