

37º Encontro Anual da ANPOCS

ST10 Elites e espaços de poder

**O espaço atual do jornalismo econômico brasileiro: gerações,
origem social e dinâmica profissional.**

Antonio Pedroso ¹

¹ Antonio J. Pedroso Neto. Sociólogo, professor do Curso de Jornalismo e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, ambos da UFT. Doutor em Ciências pela UFSCar e pós-doutor pelo CEDEPLAR, UFMG. Pesquisador do NESEFI/UFSCar e do GJM/UFT.

Resumo: Este artigo apresenta uma objetivação do espaço dos jornalistas da economia brasileiros. Para isso, foi realizada uma análise de correspondências múltiplas de 69 prosopografias de jornalistas atuantes durante 2011. São apresentadas as fontes de dados, as variáveis, suas categorias e o conteúdo correspondente. A análise demonstra que esse espaço é estruturado, fundamentalmente, a partir de princípios geracionais e que, atualmente, três gerações convivem. E, por fim, demonstra as características específicas de cada geração vis-à-vis outras.

Palavras-chave: jornalismo econômico, sociologia da comunicação, mídia, análise de correspondências múltiplas, sociologia econômica.

1 - Introdução: os objetivos e as questões teóricas e metodológicas.

Este artigo apresenta uma objetivação do espaço do jornalismo econômico brasileiro (JEB)². Para isso, foi realizada uma análise de correspondências múltiplas (ACM) de 69 prosopografias de jornalistas da economia (JE) atuantes durante 2011.

Parto de uma démarche sociológica que pesquisa a mídia partir da “noção de campo”: entende as tomadas de posições dos JE — seus textos ou suas produções simbólicas — como produtos de suas posições em um subespaço do campo do jornalismo e da relação desse campo e seus subespaços com outros campos sociais (Bourdieu, 1987 e 1994; Champagne, 2007; Duval, 2004). Neste sentido, a compreensão das diferentes produções simbólicas, depende, inicialmente, do conhecimento objetivo das dimensões do espaço dos JE e de pesquisas cumulativas sobre suas tomadas de posições — análises de conteúdo e de enquadramento de seus produtos tratados como variáveis “explicadas” ou “suplementares” (Lebaron, 2009) —, sobre as estruturas do espaço das empresas de mídia, sobre o conhecimento das práticas de recrutamento, de formação de relações com suas fontes, etc.

Em um sentido, a démarche considera que os JE produzem “bens simbólicos” particulares — textos como colunas, editorias, reportagens, comentários, análises — que têm influência sobre a sociedade (Bourdieu, 1987; Champagne, 2000; Duval, 2004). Mais pontualmente, tais bens simbólicos integraram e têm efeitos sobre a ordem econômica.

Entretanto, a démarche considera-se que, dentre os produtos simbólicos possíveis, os JE operam uma seleção dos que serão publicados ou não, e em que condições. Em seus textos eles descrevem, analisam, criticam ou comentam situações de fato e, incontornavelmente, fazem isso de modo seletivo, não necessariamente em um sentido consciente, planejado, explícito, com intenções de manipulação, mas, de modo mais eficaz, em um sentido cognitivo: ao difundir uma e não difundir outras doutrinas, categorias, “crenças econômicas” e “princípios cognitivos de visão e divisão de mundo” (Bourdieu, 1997 e 2000) eles configuram uma seleção implícita e explícita na difusão; ao realizar ênfases, citar agentes sociais — incluir vozes — e operar “enquadramentos”

² Agradecimentos: ao CNPq e a CAPES pelos recursos disponibilizados; ao Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional (CEDEPLAR) da UFMG pela residência pós-doutoral; aos colegas do Núcleo de Estudos de Sociologia Econômica e das Finanças (NESEFI) da UFSCar pelos seminários e cursos de análise geométrica de dados e sociologia econômica; aos alunos e colegas do Grupo Jornalismo e Multimídia (GJM) da UFT pelas colaborações e incentivos; e aos jornalistas que colaboraram com a pesquisa.

(Goffman, 1974) eles realizam responsabilizações, adjetivações, condenações, prescrições, etc.

Enfim, independente de serem menos ou mais objetivos — como quer os códigos deontológicos e os princípios de excelência profissional — e de serem menos ou mais explícitos em suas tomadas de posições, os JE publicam representações, prescrições e respostas para as ações do governo, dos empresários, banqueiros, investidores, sindicatos e demais agentes econômicos. Em síntese, seus textos são tomadas de posições e são instrumentos em lutas simbólicas; a “comunicação não é neutra” e tais produtos culturais são “expressões” de uma “política de percepção” constituinte das lutas simbólicas (Bourdieu, 1989 e 2000).

Em outro sentido, a démarche considera que os JE agem vis-à-vis seus pares e outros agentes sociais em debates e tomadas de posições sobre os rumos e dilemas da sociedade, do Estado, do governo, da economia, etc.; atuam no “campo do poder” (Bourdieu, 1996), ou seja, em maior ou menor medida estão entremeados nas lutas políticas e econômicas. Os agentes do campo do poder — economistas, intelectuais, banqueiros, empresários, executivos, sindicalistas, governantes, jornalistas, etc. —, estão o tempo todo produzindo interpretações, representações, prescrições favoráveis ou simplesmente concatenadas com os princípios estruturantes dos seus campos de origem. Deste modo, os JE estão o tempo todo procurando “impor a visão legítima”, o “conhecimento legítimo do sentido”, da “significação”, da “direção” dos fenômenos econômicos (Bourdieu, 1997 e 2000). E eles atuam nesse campo não como um grupo monolítico, mas como um grupo diferenciado internamente; como um “campo social” (Bourdieu, 1987).

Em síntese, o JEB é um espaço de produção cultural e de poder. Sendo assim, é necessário lançar luz sobre os JE e, assim, tentar produzir aproximações sobre quão autônomo/heterônomo eles são, sobre os princípios que os hierarquizam no espaço, sobre suas relações de força, etc. Na literatura das ciências sociais nacionais não há trabalhos sobre as relações entre a mídia e a economia no Brasil, ao contrário da literatura sociológica internacional que já apresentou trabalhos sobre o tema nos casos francês e norte-americano (Bourdieu, 1994; Champagne, 2000 e 2007; Duval, 2004; Riutort, 2000; Schudson, 1995). Existem trabalhos sobre o JEB, mas eles foram realizados por jornalistas e comunicadores — marginalmente por economistas e linguistas — e não se ocuparam de questões sobre a maior ou menor autonomia dos jornalistas e,

principalmente, sobre as estruturas do espaço e as relações dos produtos simbólicos como essas estruturas.

Do ponto de vista sociológico, são as estruturas do espaço que contribuem fortemente para explicar como os veículos e os jornalistas tratam o mundo econômico. Sendo assim, este artigo tem uma contribuição com a literatura existente — análises históricas e estudos temáticos que tratam de períodos recentes (Abreu, 2003; Abreu e Rocha, 2006; Lene, 2009; Quintão, 1987; dentre outros) —, a partir de uma pesquisa que procurou construir empiricamente o estado atual do espaço do JEB³ — uma objetivação sociológica como alternativa ao senso comum autóctone, erudito e acadêmico que recorrentemente apresentam seus comentários, argumentos e discursos num espectro que vai da denúncia à celebração.

Em conclusão, o principal objetivo da pesquisa foi levantar o máximo possível de nomes de JE atuantes em diversas mídias — jornal, rádio, revista, televisão, agências de notícias, internet —, levantar seus dados prosopográficos — dados sobre a trajetória e a posição ocupacional e escolar dos jornalistas e seus pais, dados sobre as propriedades sociais dos jornalistas, dados sobre as empresas do espaço e sobre notoriedade, reconhecimento e prestígio, dentre outros — e depois analisar esses dados com ACM — objetivar o espaço do JEB.

2 - Algumas considerações sobre a gênese do jornalismo econômico brasileiro.

O que é um jornalista da economia? O que é jornalismo econômico brasileiro? Ao invés de partir de um recenciamento de definições escolásticas prévias ou de definições e classificações autóctones, parti de um critério simples; a atuação prática. Têm-se como JE aqueles que atuam nas editorias de economia, como empregados ou autônomos/*freelancers*, das mídias que tratam de assuntos econômicos, sejam elas especializadas ou não; revistas e jornais impressos e *online*, televisão, rádio, agências de notícias, portais, etc. Na prática eles atuam produzindo conteúdos jornalísticos em cadernos, seções, programas, etc. nomeados pelas rubricas autóctones como economia, negócios, comércio, empresas, dinheiro, finanças, agropecuária, etc.

³ Os dados e as análises que constituem este artigo resultam de pesquisas sobre mídia e economia no Brasil: “O jornalismo econômico no Brasil: entre a economia e a política”; e “O jornalismo econômico brasileiro e a crise financeira mundial: as posições sociais e as tomadas de posições” (cf. nota de rodapé 2).

Em grande medida, o JEB tem um formato atual. Mas não foi sempre assim. Os textos históricos e os de cunho prosaico registram que de fins dos anos 1960 a início dos anos 1970 tivemos um período de mudanças que separa o formato atual do anterior.

Até então os jornais dedicados à economia — Gazeta Mercantil e demais jornais regionais e locais chamados de gazeta e de jornais do comércio em geral — tinham como conteúdo predominante a comunicação de informações comerciais e financeiras, estrito senso e sem análise; preço e volumes da produção de produtos agrícolas e industriais, cotação de bolsas, variação de câmbio, dólar, comunicados diversos e cartoriais de sociedades anônimas, limitadas e de governo, etc. Mas, desde então, ocorreram mudanças e tais jornais, progressivamente, passaram a relatar, analisar e informar sobre a economia; as dinâmicas da economia nacional e internacional, dos setores econômicos, das empresas, dos investimentos e planos governamentais, da dívida externa, das organizações internacionais e assuntos mais relacionados ao dia-a-dia dos leitores como poupança, taxas e serviços de condomínio, mercado de automóveis, salário, etc. (Abreu 2003; Caldas, 2003; Kucinski, 1996; Nassif, 2003; Quintão, 1987).

Nesse período, progressivamente, foram estruturadas editorias de economia — ou reestruturadas as poucas já existentes — e cadernos de economia em jornais já existentes, foram fundados novos jornais, revistas, programas de rádio e televisão dedicados a assuntos da esfera econômica. Ao mesmo tempo começou a especialização dos jornalistas; o crescimento do pessoal, das rotinas, dos relacionamentos com fontes específicas e dos processos de treinamento e formação de pessoal, todos relacionados a fatos, agentes, instituições e processos da economia (Abreu 2003; Caldas, 2003; Kucinski, 1996; Nassif, 2003; Quintão, 1987).

Esse período de gênese do JEB no formato atual esteve relacionado a dinâmicas mais gerais da economia, da política e da cultura brasileira, todas elas sob fortes intervenções dos governos militares (1964-1985). Por um lado, esses governos atrofiaram o espaço da política com cassações, restrição de liberdades e direitos políticos, fechamento do congresso nacional, extinção de partidos políticos, etc. (Skidmore, 1988). Ao mesmo tempo, ocorreu um atrofiamento paralelo no espaço da imprensa política com a censura de textos e a diminuição de páginas nos jornais, de jornalistas nas redações, etc. (Abreu, 2003; Abreu e Rocha, 2006; Quintão, 1987). Por outro lado, no início esses governos se legitimaram impulsionando o crescimento econômico do país com o milagre econômico e o desenvolvimento industrial (Skidmore, 1988). E, paralelamente, ocorreu a

expansão do JEB com o aumento do número de páginas, editorias, cadernos e pessoal empregado nos jornais e revistas, além de novos jornais e revistas, etc. especializados em assuntos econômicos (Abreu, 2003; Abreu e Rocha, 2006; Caldas, 2003; Nassif, 2003; Quintão, 1987). E, por fim, vale dizer que toda a expansão do JEB se deu em um contexto de ampliação da indústria cultural no Brasil, também amplamente impulsionada pelo Estado (Ortiz, 1988).

Enfim, em conjunto, a literatura nos fornece indicações claras de uma fermentação do JEB no final dos anos 1960 e início dos anos 1970. E também nos dá indicações claras de uma consolidação nos anos 1970, como um processo que acompanhou as dinâmicas política e econômica dos governos militares e a ampliação da indústria cultural no Brasil. Vale dizer também que a literatura citada registra que esse foi o período em que entraram em cena aqueles que viriam a ser considerados os principais JE, muitos dos quais a esta pesquisa revelou como a geração atualmente dominante — por exemplo, J. Beting, L. Nassif, C. A. Sardenberg, C. Ming, dentre outros.

3 - A pesquisa prosopográfica: fontes, variáveis e categorias.

A partir das fontes da pesquisa, da literatura específica e conforme aproximações sucessivas com o objeto montamos um banco de dados com duas entradas básicas: por um lado, construímos diferentes grupos de variáveis tentando dar conta das diferentes dimensões do subespaço do JEB — as colunas; e, por outro lado, montamos uma lista de nomes de JE — as linhas. Parte das variáveis e das prosopografias foram utilizadas na análise.

A determinação de uma população de JE foi delicada por alguns motivos: é um grupo fluido e sem fronteiras minimamente definidas; não há associações profissionais específicas, não há registro desta e de outras especializações em sindicatos e organismos estatais, públicos ou empresarias; RAIS, IBGE, IBOPE, etc⁴. Resulta que construímos uma amostra fundamentada em diversas fontes que, em alguma medida, contemplou as diversas regiões do subespaço do JEB.

⁴ Relação Anual de Informações Sociais (RAIS); Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE)

Por um lado, os dados foram coletados e cruzados a partir diversas fontes: questionários, entrevistas — em alguns casos informações diretas por e-mail ou telefone —, jornais, livros com biografias, livros do tipo *who's who*, documentos e verbetes do CPDOC (Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil), banco de dados da empresa *Maxpress*⁵ e documentos e informações difusas na internet, especialmente sites e arquivos de profissionais, de empresas e organizações profissionais — sites pessoais, Centro de Cultura e Memória do Jornalismo, Portal dos Jornalistas, site Memória Globo, etc. Por outro lado, procurando respeitar a multiplicidade dos possíveis do subespaço do JEB, mas também a ideia de “indivíduos eficientes” (Bourdieu, 2000)⁶, realizamos dois procedimentos.

Primeiro, fizemos um levantamento dos nomes de JE presentes em jornais e revistas de grande tiragem e/ou de circulação nacional⁷ e fizemos um levantamento do nome, e-mail e alguns dados prosopográficos de cerca de 490 JE que constituem os verbetes de um livro tipo *who's who* (Ribeiro e Paschoal, 2005)⁸, além de consultar outros livros com biografias (Abreu e Rocha, 2006; Resende, 2005).

Segundo, introduzimos uma questão sobre reconhecimento no questionário. Isto é, solicitamos aos respondentes que indicassem três nomes de JE que eles consideravam “grandes profissionais”. Cerca de 65 nomes foram mencionados, um terço deles mais de uma vez. Insistimos sobre esses nomes, seja enviando e reenviando o questionário várias vezes, seja levantando dados sobre eles em outras fontes.

⁵ Empresa de Serviços de Tecnologia e Informações ou Maxetron.

⁶ A ideia de “indivíduos eficientes” é um recurso analítico para chegar às propriedades ativas em um campo via os seus próprios encarnadores. Os indivíduos em interação que influenciam efetivamente os processos por que detém alguma propriedade ativa no campo são os indivíduos eficientes, os representantes das forças sociais ativas (Bourdieu, 2000: 124). No caso dos JE, aqueles reconhecidos nos questionários, entrevistas e declarações dos próprios JE em documentos e textos públicos, especialmente os verbetes e textos dos livros consultados (Abreu e Rocha, 2006; Resende, 2005; Ribeiro e Paschoal, 2005). Esse recurso analítico proporciona também um meio de racionalizar os esforços de pesquisa delimitando as dimensões do levantamento empírico.

⁷ Consultamos as edições de dez jornais e três revistas publicadas durante o mês de fevereiro de 2010: os jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Valor Econômico, Zero Hora, Brasil Econômico, O Estado de Minas, O Globo, Jornal de Brasília, Correio Brasiliense, Diário Gaúcho; as revistas Veja, Isto É e Exame. Essas edições possibilitaram o levantamento de nomes de jornalistas que assinaram textos em cadernos de economia, e, em muitos casos, seus respectivos e-mails. Esta parte da pesquisa forneceu nomes de JE atuantes, de fato, naquele momento. Escolhemos jornais e revistas que tinham três características vis-à-vis seus pares: maior circulação (tiragem por edição); circulação nacional (nos Estados de SP, RJ, DF, MG, RS, etc.); maior editoria de economia (maior número de páginas impressas e de pessoal empregado).

⁸ RIBEIRO, E. PASCHOAL, E. 2005. **Jornalistas Brasileiros – quem é quem no jornalismo de economia**. São Paulo: Mega Brasil e Call Comunicações.

Enviamos o questionário para 660 JE — para os que tínhamos e-mail — e 65 deles foram preenchidos e devolvidos. A parte da população de JE retida para a ACM é constituída, em sua maior parte, por aqueles que responderam os questionários — os dados foram cruzados e confirmados com outras fontes — e contém indivíduos eficientes e indivíduos oriundos das mais deferentes regiões do espaço — diferentes mídias, veículos, idades, regiões do país, etc.

Foi possível montar 87 prosopografias a partir do cruzamento dos dados. Usamos uma parte delas na ACM. As restantes ficaram no banco de dados e poderão ser completadas e utilizadas em pesquisas e análises subsequentes. Analisamos 69 prosopografias como dados pertinentes conforme a metodologia mobilizada pela pesquisa; a ideia indivíduos eficientes e a ACM como forma de análise.

Cerca de 30 variáveis foram esboçadas; sobre propriedades sociais, trajetória escolar, ocupacional, pertencimento associativo, notoriedade, tomadas de posições sobre o JEB — sobre os jornalistas, os veículos e conteúdos sobre o que é o JEB —, setor da economia que mais cobre, comenta e é especializado, etc. Variáveis sobre a perspectiva ou o modo de enquadramento da economia — papel do estado, natureza e prescrições sobre as atividades, relações e agentes econômicos, etc. — e sobre as fontes de dados, de autoridade para argumentos e de exemplificação para os textos que escrevem não foram levantadas sistematicamente neste trabalho⁹.

As informações relativas aos JE foram sistematizadas, cruzadas e confirmadas mutuamente. Trabalhamos somente as variáveis que não tinham dados faltantes. Elas permitiram explorar as relações entre as propriedades sociais, as trajetórias escolar e ocupacional e a notoriedade.

Obtivemos 16 variáveis completas para 69 indivíduos. Trata-se de variáveis categóricas não ordenadas e compostas por um número de categorias que varia de dois a oito, sendo 65 categorias no total. As categorias foram definidas a partir de várias análises dos dados levando em conta dois princípios: que cada uma tivesse um conteúdo exclusivo vis-à-vis outras; e que não representassem menos de 5% de frequência na constituição da variável — princípio da homogeneidade (Lebaron, 2006; Le Roux e

⁹ Trata-se de variáveis sobre tomadas de posições. Elas não foram levantadas por conta da dimensão do questionário — quanto maior menor o número de respostas. Mas foram exploradas em entrevistas e são objetos de pesquisas pontuais em curso (dissertações sobre o Comitê de Política Monetária, o Programa de Aceleração do Crescimento e o Governo de Dilma Rousseff).

Rouanet, 2010). Na prática, fizemos várias análises de estatística descritiva para chegar ao ajuste final que foi trabalhado pela ACM. Abaixo as variáveis e suas categorias.

Variáveis sobre as propriedades sociais dos jornalistas: *idade em 2011* (IdAt), com cinco categorias (20 a 29 anos, 30 a 39 anos, 40 a 49 anos, 50 a 59 anos e 60 a 74 anos); *sexo* (Sex), com duas categorias (masculino e feminino); *local de nascimento* (LoNa), com três categorias (São Paulo, outras capitais e interior); *escolaridade do pai* (EsPa), com quatro categorias (primário completo, fundamental completo, médio completo e superior completo); *ocupação do pai* (OcPa), com quatro categorias (trabalho manual, trabalho técnico, trabalho intelectual e empregador).

Variáveis sobre a trajetória escolar dos jornalistas: *ano de formação superior* (AnFoSu), com seis categorias (de 1960 a 1969, de 1970 a 1979, de 1980 a 1989, de 1990 a 1999 e de 2000 a 2009); e *faculdade em que se formou* (Fac), com duas categorias (privada ou pública).

Conjunto de variáveis sobre a trajetória ocupacional dos jornalistas. A variável *ano em que iniciou no jornalismo* (AnInJo) tem seis categorias (de 1960 a 1969, de 1970 a 1979, de 1980 a 1989, de 1990 a 1999 e de 2000 a 2009). A variável *veículo em que iniciou no jornalismo* (MeInJo) tem oito categorias: assessoria de imprensa (assessoria de imprensa em universidades, órgãos públicos e autarquias, empresas e prefeituras); jornais e revistas generalistas e pequenos (Jornais Diário de São Paulo, Jornal da Tarde, Diário da Grande ABC, Diário de Pernambuco, Correio Popular de Campinas, Folha de Pernambuco, Jornal Hoje em Dia, O Estado do Paraná, O Paraná, Jornal Passo a Passo, Jornal do Povo e jornais sindicais. Revistas Executivos Financeiros, WebMagazine, Dante Cultural, Arte em São Paulo, Fatos & Fotos e Revista Rua Grande); jornais generalistas médios (Jornais Correio Brasiliense, Notícias Populares, Jornal do Brasil, O Estado de Minas e A Tribuna); jornais generalistas grades (Jornais Correio do Povo, Zero Hora e Última Hora); jornais e revistas generalistas nacionais (Jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e O Globo. Revistas Veja e Isto É); jornais e revistas especializados em economia (Jornais A Gazeta, Brasil Econômico, Diário Comércio e Indústria, Diário do Comércio, Jornal do Comércio de Recife, Jornal do Comércio do Rio de Janeiro e Gazeta Mercantil. Revistas Exame, Globo Rural e Pequenas Empresas Grandes Negócios); televisão e rádio (Televisão TV Bloomberg Television, TV Câmara, TV Gaúcha, TV Gazeta e TV Globo. Radio Eldorado, Rádio Jornal de Brasil e Jovem Pan); e outros (Agência Brasil/Radiobrás, Agencia Telenotícia

da Revista Visão, AgRural Commodities Agrícolas, InfoMoney e InvestNews). A variável *ano em que iniciou no jornalismo econômico* (AnInJe) tem seis categorias (de 1960 a 1969, de 1970 a 1979, de 1980 a 1989, de 1990 a 1999 e de 2000 a 2009). A variável *veículo em que iniciou no jornalismo econômico* (VeInJe) tem sete categorias: jornais e revistas generalistas e pequenos (Jornais como Diário de São Paulo, Jornal da Tarde, Diário da Grande ABC, Diário de Pernambuco, Correio Popular de Campinas, Folha de Pernambuco, Jornal Hoje em Dia, O Estado do Paraná, O Paraná, Jornal Passo a Passo, Jornal do Povo e jornais sindicais. Revistas como Executivos Financeiros, WebMagazine, Dante Cultural, Arte em São Paulo, Fatos & Fotos e Revista Rua Grande); jornais generalistas médios (Jornais como Correio Brasiliense, Notícias Populares, Jornal do Brasil, O Estado de Minas e A Tribuna); jornais generalistas grades (Jornais como Correio do Povo, Zero Hora e Última Hora); jornais e revistas generalistas nacionais (Jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e O Globo. Revistas Veja e Isto É); jornais e revistas especializados em economia (Jornais A Gazeta, Brasil Econômico, Diário Comércio e Indústria, Diário do Comércio, Jornal do Comércio de Recife, Jornal do Comércio do Rio de Janeiro e Gazeta Mercantil. Revistas Exame, Globo Rural e Pequenas Empresas Grandes Negócios); televisão e rádio (Televisão TV Bloomberg Television, TV Câmara Notícias, TV Gaúcha, TV Gazeta e TV Globo. Radio Eldorado, Rádio Jornal do Brasil, e Jovem Pan); e agências de notícias (Agência Brasil/Radiobrás, Agência Telenotícia da Revista Visão, AgRural Commodities Agrícolas, InfoMoney e InvestNews). A variável *função inicial no jornalismo econômico* (FuInJe) tem duas categorias: editor ou redator; repórter ou freelance. A variável *função atual no jornalismo econômico* (FuAtJe) tem quatro categorias: uma que engloba proprietários de agência de notícias, colunistas, analistas, comentaristas e repórteres especiais; uma que engloba diretor executivo, diretor de edição e diretor de redação; uma que engloba editor e redator; e uma que engloba repórter e freelance. E a variável *cidade em que trabalha* (CiTr) tem cinco categorias: São Paulo; Brasília, Porto Alegre; Recife e outras (Exterior, Campinas, SP, Fortaleza, CE, Rio de Janeiro, RJ, Santo André, SP, Belo Horizonte, MG, Curitiba, PR, Vitória, ES). Esclareço que os jornais e revistas foram agrupados em função da dimensão das tiragens diárias, do número de jornalistas trabalhando na editoria de economia e da amplitude de sua circulação — nacional, regional e local.

Variáveis sobre reconhecimento social ou notoriedade dos jornalistas: *prêmios recebidos durante a carreira* (PrRe), com duas categorias (sim e não); *livros já publicados* (LivrPubl), com duas categorias (sim e não).

Enfim, com os dados possíveis e confiáveis sistematizados realizei as análises estatísticas utilizando o *software SPSS Statistics Version 20*. Primeiro, realizei várias “rodadas” de estatística descritiva para ajustar as frequências das categorias das variáveis. E depois realizei a ACM.

4 - A análise estatística e as três gerações.

A ACM, tal como utilizada por pesquisadores franceses conforme a análise geométrica de dados iniciada por Bénécri (1992), permite combinar descrição exploratória e relações explicativas (Bourdieu, 2007; Duval, 2004; Lebaron, 2006 e 2009; Le Roux e Rouanet, 2010; etc.). Ela tem “afinidade eletiva” com a “noção de campo” de Bourdieu e, assim, permite construir o espaço social projetando as estruturas de base das prosopografias em um plano fatorial (Lebaron, 2009; Le Roux e Rouanet, 2010).

A ACM possibilita explorar as estruturas fundamentais dos dados prosopográficos ao resumir em alguns eixos as relações estatísticas presentes no conjunto desses dados. É um tipo de análise em que a quantificação e modelização permitem perceber a dimensão relacional da realidade social. O eixo principal do plano fatorial resultante é o que concentra a maior variância ou dispersão e os subsequentes os percentuais de variância restantes (Lebaron 2006 e 2009). Geralmente as interpretações se concentram em um ou dois eixos.

Construir o espaço social é definir as distâncias entre “indivíduos estatísticos” com a ajuda de “variáveis ativas”. As distâncias entre os indivíduos refletem as dissimilaridades das suas características, captadas pelas dissimilaridades entre as respostas que dão às questões que formam as variáveis — uma só categoria de uma variável. Quanto mais diferentes são, mais distantes estão e vice-versa. Essas distâncias não são devidas a uma variável particular, mas à interação de todas elas que, somadas, indicam os pontos em que os indivíduos estão. Deste modo, eles são representados sob a forma de nuvem ou subnuvens de pontos em um espaço social multidimensional (Lebaron, 2006; Le Roux e Rouanet, 2010).

As variáveis utilizadas neste tipo de análise são de dois tipos: as variáveis ativas, ou seja, aquelas que contribuem para criar as distâncias entre os indivíduos estatísticos; e as variáveis suplementares que não contribuem para criar as distâncias, mas são projetadas sobre o espaço criado pelas primeiras e, assim, ajudam nas explicações. Essas variáveis, geralmente, são variáveis sobre tomadas de posições, variáveis com dados incompletos para todos os indivíduos, etc. (Lebaron, 2006; Le Roux e Rouanet, 2010).

Antes de apresentar a ACM, apresentamos alguns dados numéricos sobre o universo dos JE. De modo geral, os eles atuam em diversas mídias; jornal impresso e *online*, rádio, revista impressa e *online*, televisão, agências de notícias, portais e blogs na internet. E atuam em cerca de 1220 veículos ou empresas de mídia. Os veículos com maior numero de JE atuando em editorias de economia são: Valor Econômico, O Estado de São Paulo, O Globo e Folha de São Paulo.

A pesquisa levantou 3359 nomes de JE cruzando todos os dados. Essa informação não é segura, mas é a única que existe. Em conclusão, não foi possível encontrar informações precisas sobre a dimensão do número de JE em ação.

Os dois principais resultados da ACM são as “*Discrimination Measures*” (tabela 01) e o “*Object Points Labeled by Casenumbers*” (figura 01). Aquela nos dá o peso de cada variável na constituição das duas dimensões do “espaço social” dos JE, ou seja, aquelas que mais contribuíram para produzir a representação do distanciamento social entre os jornalistas, expressa em termos estatístico através da variância ou da inércia. Aquele é uma representação gráfica da posição de cada jornalista no espaço social — um plano fatorial.

Tabela 01 — Discrimination Measures

| Variável | Dimensão 1 | Dimensão 2 |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| IdAt | 0,842 | 0,668 |
| Sex | 0,022 | 0,017 |
| LoNa | 0,200 | 0,111 |
| EsPa | 0,118 | 0,300 |
| OcPa | 0,188 | 0,209 |
| AnFoSu | 0,867 | 0,790 |
| Fac | 0,063 | 0,146 |
| AnInJo | 0,841 | 0,741 |
| VeInJo | 0,278 | 0,331 |
| AnInJe | 0,845 | 0,765 |
| VeInJe | 0,355 | 0,232 |
| FuInJe | 0,008 | 0,023 |
| FuAtJe | 0,284 | 0,108 |
| CiTr | 0,072 | 0,096 |
| PrRe | 0,055 | 0,000 |
| LivrPubl | 0,333 | 0,002 |
| Active Total | 5,371 | 4,539 |
| % of Variance | 33,569 | 28,370 |

Tomamos para análise as variáveis que contribuem mais com os 33,569% da variância da primeira dimensão (primeiro eixo) e como os 28,370% da variância da segunda dimensão (segundo eixo). Quanto mais contribuição uma variável tem com a variância, maior sua contribuição com a formação de um eixo (Le Roux e Rouanet, 2010).

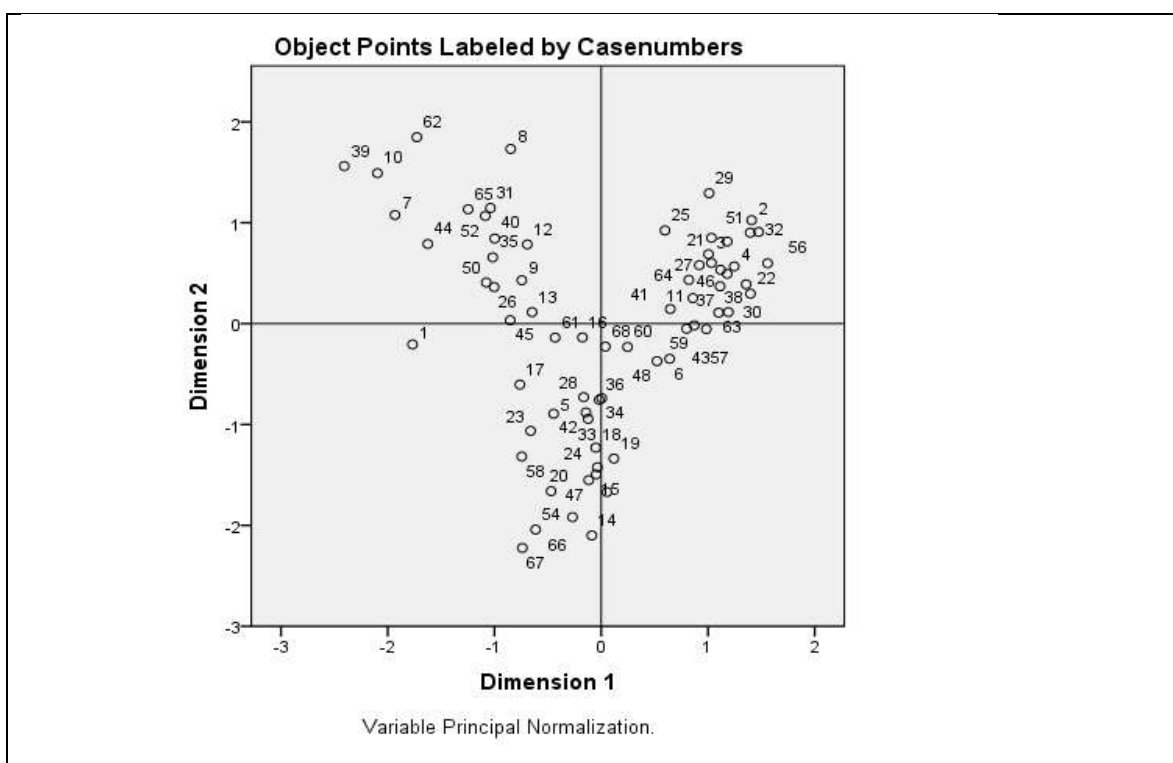
No que tange à primeira dimensão, tomamos para análise as variáveis que tiveram uma contribuição próxima à média de “*active total*” ($5,371/16 = 0,336$). Temos que seis variáveis contribuíram com os 5,371 de “*active total*” da primeira dimensão: “ano de formação superior” (0,867); “ano em que iniciou no jornalismo econômico” (0,845); “ano em que iniciou no jornalismo” (0,841); “idade atual” (0,742); “veículo em que iniciou no jornalismo econômico” (0,355); “livros publicados” (0,333). Essas variáveis respondem por 3,983 de 5,371, ou seja, cerca de 74% da variância da primeira dimensão.

No que se refere à segunda dimensão, também tomamos para análise as variáveis que tiveram uma contribuição próxima à média ($4,539/16 = 0,284$). Temos que seis variáveis contribuíram com os 4,539 de “*active total*” da segunda dimensão: “ano de formação superior” (0,790); “ano em que iniciou no jornalismo” (0,765); “ano em que iniciou no jornalismo econômico” (0,741); “idade atual” (0,668); “veículo em que iniciou

no jornalismo” (0,331); e “escolaridade do pai” (0,300). Essas seis variáveis respondem por 3,595 de 4,539, cerca de 80% da variância da segunda dimensão.

Enfim, as duas dimensões analisadas nos indicam que são oito variáveis que contribuíram significativamente para diferenciar ou distanciar os jornalistas no espaço social. O quadro abaixo apresenta a distribuição dos jornalistas no plano fatorial.

Figura 1 — Object points labeled by casenumbers



O dado mais visível é que temos três subnuvens de jornalistas. Das seis variáveis que significativamente distanciam os jornalistas na primeira dimensão quatro são as mesmas que significativamente distanciam os distanciam na segunda dimensão (AnFoSu, AnInJo, AnInJe e IdAt). Isso nos permite afirmar que o espaço do JEB é estruturado fundamentalmente a partir de princípios geracionais: período de nascimento, de formação superior, de entrada no jornalismo e de entrada no JEB.

O eixo da primeira dimensão tende a separar a geração intermediária — parte inferior do quadro, predominantemente do quadrante esquerdo — das gerações mais velha — quadrante superior esquerdo — e mais nova — quadrante superior direito. E o eixo da segunda dimensão tende a separar a geração mais nova das gerações mais velha e intermediária.

As outras quatro variáveis que contribuem para distanciar os jornalistas no espaço social — duas da primeira (VeInJe e LivrPubl) e duas da segunda dimensão (VeInJo e EsPa) — têm peso relativo menor, vis-à-vis as quatro anteriores. Elas indicam que as gerações se diferenciam também em função do veículo de comunicação em que iniciaram a carreira como jornalistas (especializados ou generalistas, grandes ou pequenos, nacionais ou locais, etc.), em função do veículo de comunicação em que iniciaram como JE (especializados ou generalistas, grandes ou pequenos, nacionais ou locais, etc.), em função da origem social (maior ou menor escolaridade do pai) e em função do reconhecimento mais geral da sociedade e da indústria cultural (publicação ou não de livros).

Continuando a análise, tomamos três conjuntos de jornalistas que estão mais demarcadamente distantes no espaço social, isto é, jornalistas da subnuvem do quadrante superior direito; jornalistas da subnuvem do quadrante superior esquerdo; e jornalistas da subnuvem da parte inferior do quadro, predominantemente do quadrante esquerdo. A partir das características desses jornalistas vamos desdobrar explicações mais precisas sobre os atributos sociais mais particulares de cada uma das gerações.

Vamos chamar de geração mais velha e dominante a de treze jornalistas da subnuvem do quadrante superior esquerdo: Carlos Alberto Sardenberg (07)¹⁰, Cecilia Zioni (08), Celso Ming (10), Cida Damasco (12), Gilberto Leal (31) Isabel Dias De Aguiar (35), Joelmir Beting (39), José Paulo Kupfer (40), Luis Nassif (44), Miriam Leitão (50), Nair Suzuki (52), Suely Caldas (62) e Vera Durão (65).

Contraposta a ela temos a geração intermediária com dezesseis jornalistas, a subnuvem da parte inferior, predominantemente do quadrante esquerdo: Bela Hammes (05), Cleide Silva (14), Cley Scholz (15), Denise Juliani (18), Denise Neumann (19), Denise Zandonadi (20), Eugênio Esber (23), Fernando Castilho (28), Gustavo Paul Knurrlle (33), Helio Paschoal (34), Ivo Ribeiro (36), Liliana Lavoratti (42), Marli Olmos (47), Nelson Rocco (54), Vicente Nunes (66) e Vivaldo De Sousa (67).

E, contraposta a ambas, temos a geração mais nova com quatorze jornalistas, a subnuvem do quadrante superior direito: Albert Steinberg (02), Aluisio Alvez (03), Ana Luiza Daltro (04), Elaine Silva (21), Erik Farina (22), Fabiana Parajara (25), Fernanda

¹⁰ Localização no plano fatorial.

Pressinott (27), Fernando Jasper (29), Gustavo Kahil (32), João Villaverde (38), Mariana Araujo De Oliveira (46), Mônica Lucas (51) e Rochelli Dantas (56).

A **geração mais velha** é composta por jornalistas que têm as seguintes características em comum. Por um lado, temos as características descritas pelas quatro variáveis que têm maior contribuição com a variância: têm de 61 a 69 anos (salvo Joelmir Beting, 75 anos e Miriam Leitão, 58 anos); formaram-se entre 1962 e 1978; iniciaram no jornalismo entre 1966 e 1973 (salvo Joelmir Beting que iniciou em 1957); e a maior parte deles iniciou no JEB quatro ou cinco anos depois, entre 1966 e 1977 (salvo Joelmir Beting que iniciou em 1962). Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, é bem distribuída. Os atributos sociais aqui analisados demarcam bem a diferença entre as gerações.

Por outro lado, temos as características decorrentes das quatro variáveis que têm menor contribuição com a variância. Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, não é bem distribuída, pois apresenta certa concentração. Dada essa concentração, podemos dizer que caracteriza um “núcleo duro” de jornalistas que continua indicando particularidades dessa geração vis-à-vis outras.

No que tange ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo”, grande parte dos jornalistas dessa geração (6) iniciou em “jornais e revistas generalistas nacionais” (Jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, O Globo e Veja). A outra parte deles iniciou em “televisão e rádio” (2) (TV Gaúcha e Rádio Jornal do Brasil), em “jornais e revistas generalistas médios” (3) (Notícias Populares, A Tribuna e Jornal do Brasil), em “jornais e revistas generalistas grandes” (1) (Caldas Junior), em “jornais e revistas generalistas pequenos” (1) (Revista Fatos & Fotos) e em “outros” (1) (Agência de Notícias).

No que se refere ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo econômico”, grande parte (6) iniciou em “jornais e revistas generalistas nacionais” (O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e Veja). A outra parte iniciou em “outros” (3) (agências de notícias), em “jornais e revistas generalistas grandes” (1) (Zero Hora), em “jornais e revistas generalistas pequenos” (1) (Revista Fatos & Fotos) e em “jornais e revistas especializados em economia” (1) (Gazeta Mercantil).

Quanto à “publicação de livros”, parte (6) publicou um ou mais livros. E em relação à “escolaridade do pai”, temos um bom indicador de origem social. Se

considerarmos essa variável junto com a variável “ocupação do pai” (4,7% de contribuição com a variância da segunda dimensão) a origem social dos jornalistas fica menos obscura. Uma parte (5) tem pais com “escolaridade superior” e ocupação “intelectual” (advogado, farmacêutico e industrial) ou “empregadora” (empresário agrícola). Outra parte (5) tem pais com “ensino médio” e ocupação “intelectual” (presidente de empresa e capitão das forças armadas) e “empregadora” (empresário). E outra parte (3) tem pais com “ensino fundamental” e ocupação “empregadora” (comerciante).

Em síntese, alguns atributos principais tendem a caracterizar essa geração. Ela foi recrutada nos extratos sociais médios, urbanos e escolarizados, tem de 61 a 69 anos de idade, formou-se de início dos anos 1960 a fins dos anos 1970; iniciou no jornalismo de meados dos anos 1960 a início dos anos de 1970 e iniciou no JEB alguns anos depois, já durante o regime militar (1964-1985). Ela tem um “núcleo duro” que iniciou no jornalismo e no JE nos grandes jornais e revistas generalistas paulistanos. Esse “núcleo duro” se caracteriza também por ter ampliado sua participação na indústria cultural, isto é, reconvertido o reconhecimento acumulado no espaço jornalístico para o mercado editorial — publicação de livros — para espaço empresarial — propriedade de empresas de mídia — e para o espaço das consultorias — realização de palestras e conferências para empresários, banqueiros, investidores, etc.

A *geração intermediária* é composta por jornalistas que têm as seguintes características em comum. Por um lado, temos as características descritas pelas quatro variáveis que tem maior contribuição com a variância: têm de 45 a 59 anos de idade; formaram-se entre 1979 e 1989, iniciaram no jornalismo entre 1975 e 1987 e iniciaram no JE um pouco mais tarde entre 1982 e 1994. Parte iniciou a carreira já no JE e parte iniciou no JE somente cinco ou seis anos depois. Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, é bem distribuída. Os atributos sociais aqui analisados demarcam bem as diferenças entre as gerações.

Por outro lado, temos as características decorrentes das quatro variáveis que têm menor contribuição com a variância. Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, não é bem distribuída, pois apresenta certa concentração. Dada essa concentração, podemos dizer que caracteriza um

“núcleo duro” de jornalistas que continua indicando particularidades dessa geração vis-à-vis outras.

Em relação ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo”, grande parte (10) iniciou em “jornais e revistas generalistas pequenos” (Diário do Grande ABC, O Estado do Paraná, Revista Rua Grande, Jornal do Povo, Jornal Correio Popular, O Paraná e jornais sindicais e de bairro). Outra parte iniciou em “jornais e revistas especializados em economia” (4) (Diário Comércio & Indústria, A Gazeta, Jornal do Comércio de Recife e Jornal do Comércio do Rio de Janeiro), em “assessoria de imprensa” (1) (universidade pública) e em “jornais e revistas generalistas pequenos” (1) (Caldas Junior).

No que tange ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo econômico”, grande parte (7) iniciou em “jornais e revistas especializados em economia” (Diário Comércio & Indústria, A Gazeta, Jornal do Comércio do Rio de Janeiro e Gazeta Mercantil). Outra parte iniciou em “jornais e revistas generalistas nacionais” (3) (O Estado de São Paulo, Veja, Isto É), em “jornais e revistas generalistas pequenos” (3) (Diário do Grande ABC), em jornais e revistas generalistas médios (2) (Jornal do Brasil) e em jornais e revistas generalistas grandes” (1) (Correio do Povo).

No que se refere à “publicação de livros”, grande parte deles não publicou livros (somente 2). E quanto à “escolaridade do pai”, temos um bom indicador de origem social. Se considerarmos essa variável junto como a variável “ocupação do pai” (4,7% de contribuição com a variância da segunda dimensão) a origem social dos jornalistas ganha contornos. Uma parte (6) tem escolaridade “superior” e ocupação “intelectual” (jornalista, gerente, médico, juiz e engenheiro), outra parte (4) terminou o “ensino médio” e tem ocupação “intelectual” e “técnica” (professor, supervisor de usinagem e alfaiate), outra parte (5) tem escolaridade “primária” e ocupação manual (motorista, operário, agricultor e pedreiro) e “empregadora” (comerciante) e uma parte (1) terminou o “ensino fundamental” e tem ocupação “empregadora”.

Em síntese, alguns atributos principais tendem a caracterizar essa geração. Ela foi recrutada tanto nos extratos sociais médios, urbanos e escolarizados, quanto em extratos sociais mais baixos. Tais jornalistas têm de 45 a 59 anos de idade e se formaram nos anos 1980. Eles iniciaram a carreira no jornalismo de meados dos anos 1970 a meados dos anos 1980, sendo que uma parte já iniciou no JE e outra iniciou no JE cinco ou seis anos mais tarde.

Outros atributos também tendem a caracterizar essa geração. Ela tem um “núcleo duro” que é diferente e mais diversificado vis-à-vis o “núcleo duro” da geração anterior. Diferente da anterior, uma parte começou em jornais e revistas generalistas pequenos e em jornais e revistas especializados em economia. Os que migraram para o JE o fizeram permanecendo no próprio jornal ou partindo para jornais e revistas generalistas nacionais. Comparado com a geração anterior esses jornalistas apenas iniciaram a reconversão do reconhecimento oriundo do meio jornalístico para o mercado editorial — mais uma atuação na indústria cultural.

A *geração mais nova* é composta por jornalistas que têm as seguintes características em comum. Por um lado, temos as características descritas pelas quatro variáveis que têm mais peso na variância: têm de 24 a 39 anos de idade; formaram-se entre 1998 e 2009; iniciaram no jornalismo entre 1998 e 2006; e a maior parte deles iniciou no JE dois ou três anos depois, entre 2000 e 2008. Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, é bem distribuída. Os atributos sociais aqui analisados demarcam bem a diferença entre as gerações.

Por outro lado, temos as características decorrentes das quatro variáveis que têm menor contribuição com a variância. Esclareço que a frequência das categorias dessas variáveis, precisamente para este conjunto de jornalistas, não é bem distribuída, pois apresenta certa concentração. Dada essa concentração, podemos dizer que caracterizam um “núcleo duro” de jornalistas que continua indicando particularidades dessa geração vis-à-vis outras.

No que tange ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo”, uma parte dos jornalistas dessa geração (5) começou em “assessoria de imprensa” (empresa e órgãos públicos), uma parte (3) em “jornais e revistas especializados em economia” (A Gazeta, Gazeta Mercantil e Diário Comércio & Indústria), uma parte (3) em “outros” (portais e agências de notícias online como portal It Web, AgRural Commodities Agrícolas), outra parte (1) em televisão (TV Câmara Notícias) e outra (1) em “jornais e revistas pequenos” (Revista Executivos Financeiros).

Quanto ao “veículo em que iniciou a carreira no jornalismo econômico”, parte (5) iniciou em “jornais e revistas especializados em economia” (A Gazeta, Diário Comércio & Indústria e Exame), parte (3) em “outros” (portais e agências de notícias online como InvestNews, InfoMoney e AgRural Commodities Agrícolas), parte (3) em “jornais e

revistas generalistas pequenos” (Jornal Folha de Pernambuco), parte (1) em “jornais e revistas generalistas nacionais” (O Estado de São Paulo) e parte (1) em “rádio e televisão” (TV Globo).

No que se refere à “publicação de livros”, nenhum deles publicou livro. E em relação à “escolaridade do pai”, temos um bom indicador de origem social. Se considerarmos essa variável junto como a variável “ocupação do pai” (4,7% de contribuição com a variância da segunda dimensão) a origem social dos jornalistas fica mais nítida. Uma parte (8) tem pais com “escolaridade superior” e ocupação “intelectual” (urbanista, arquiteto, bancário, bioquímico farmacêutico, engenheiro e médico). Outra parte (5) tem pais com “ensino médio” e ocupação “empregadora” (vendedor, construtor, comerciante) ou “técnica” (técnico em eletrônica).

Em síntese, a geração mais nova foi recrutada nos extratos sociais médios, urbanos e escolarizados, tem de 24 a 39 anos de idade, formou-se e iniciou no jornalismo do final dos anos 1990 e durante os anos 2000 e, em sua maior parte, iniciou no JE dois ou três anos depois, entre 2000 e 2008. Outros atributos também tendem a caracterizar essa geração. Ela tem um “núcleo duro” mais diversificado que o “núcleo duro” das anteriores, pois além de ter iniciado no jornalismo e no JE em jornais especializados em economia, como a geração anterior, iniciou no jornalismo em assessoria de imprensa e em portais e agências de notícias *online*, e também iniciou no JE em portais e agências de notícias *online* e em jornais e revistas generalistas e pequenas.

Enfim, apresentamos os resultados principais da pesquisa, mas os dados nos permitem explicar mais resultados que particularizam uma geração em relação a outras duas e a explorar um caminho analítico contrário: características que todas as gerações compartilham (por exemplo, iniciaram como repórter, não trabalharam no exterior, já passaram por mais de três jornais ou revistas, reconhecem alguns jornalistas e jornais como os mais importantes, etc.).

Os jornalistas da geração mais velha são dominantes porque trabalham predominantemente como âncoras, comentaristas, analistas, colunistas e repórter especial dos principais veículos; os mais abrangentes em dimensão da equipe em editoria de economia, tiragem ou audiência, isto é, TV Globo, Rádio CBN, jornal O Estado de São Paulo. Além, disso eles têm empresas de mídia, equipes de jornalistas próprias, blogs e portais. Encontramos jornalistas em tais posições nas outras gerações, mas nelas tende a

predominar jornalistas nas funções de redator, editor, repórter, direção, direção executiva e chefia.

5 - Algumas conclusões.

Em linhas gerais, a análise apresentou a morfologia do espaço do JEB e explorou os principais atributos de ordem geracional, escolar, origem social e, especialmente, ocupacional que a ACM permitiu visualizar como os que mais contribuem para distanciar os jornalistas distribuídos nesse espaço e dos quais decorrem revelações sobre as hierarquias e os trunfos sociais que possibilitam ascender e permanecer em posições dominantes.

A análise apresentou explicações sociológicas sobre o estado atual do espaço, a partir de algumas de suas dimensões. Outras dimensões desse espaço podem ser reveladas na medida em que for possível acessar dados e formar novas variáveis. Por exemplo, dados sobre as outras ocupações além de JE, sobre a vida política (filiação a sindicatos, partidos, organizações profissionais, etc.), as relações com o Estado (ocupação de cargos eletivos ou não), mais detalhamento sobre a escolaridade e a formação intelectual (perspectivas sobre a economia), a origem social e a trajetória ocupacional, a relação com as fontes (quais, como e em que circunstâncias etc.). Enfim, estes são alguns dos limites da pesquisa e podem ser pensados como algumas possibilidades e agendas de pesquisa sobre diversos aspectos e dimensões do tema mídia e economia no Brasil.

E, por fim, vale considerar que outras dimensões do espaço do JEB poderiam ser reveladas incluindo variáveis sobre tomadas de posições, ou seja, análises comparativas dos produtos simbólicos dos jornalistas em diferentes posições.

Referências

- ABREU, A. A. 2003. *Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática*. In: ABREU, A. A. LATTMANWELTMAN, F. KORNIS, M. A. **Mídia e Política no Brasil — jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- ABREU, A. A. ROCHA, D. 2006. **Elas ocuparam as redações — depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- BENZECRI, J. P. 1992. **Correspondence analysis handbook**. New York: Marcel Dekker.

- BOURDIEU, P. 1987. *O mercado dos bens simbólicos*. In: **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva.
- BOURDIEU, P. 1989. *Sobre o poder simbólico*. In: **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- BOURDIEU, P. 1994. *L'emprise du journalisme*. **ARSS**, n. 101-102.
- BOURDIEU, P. 1996. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras.
- BOURDIEU, P. 1997. *Le champ économique*. **ARSS**, n. 119.
- BOURDIEU, P. 2000. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil.
- BOURDIEU, P. 2007. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk.
- CALDAS, S. 2003. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto.
- CHAMPAGNE, P. 2000. *Le journalisme à l'économie*. **ARSS**, n. 131-132.
- CHAMPAGNE, P. 2007. *L'étude des médias et l'apport de la notion de champ*. In : PINTO, É. **Pour une analyse critique des médias: le débat public en danger**. Paris: Éditions du croquant.
- DUVAL, J. 2004. **Critique de la raison journalistique**. Paris: Le Seuil.
- GOFFMAN, E. 1974. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Cambridge: Harvard University Press.
- KUCINSKI, B. 1996. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Edusp.
- LE ROUX, B. ROUANET, H. 2010. **Multiple correspondence analysis**. London: Sage.
- LEBARON, F. 2006. **L'enquête quantitative en sciences sociales**. Paris: Dunod.
- LEBARON, F. 2009. *How Bourdieu "quantified" Bourdieu: the geometric modelling of data*. In: ROBSON, K. SANDERS, C. (eds). **Quantifying theory: Pierre Bourdieu**. Toronto: Springer.
- LENE, H. 2009. **O jornalismo econômico e a reinvenção do Brasil no final do século XX**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- NASSIF, L. 2003. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Editora Futura.
- ORTIZ, R. 1988. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense.
- QUINTÃO, A-S. F. 1987. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir.
- RESENDE, J. V. 2005. **Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento dos preços**. São Paulo: Ícone Editora.

- RIBEIRO, E. PASCHOAL, E. 2005. **Jornalistas Brasileiros – quem é quem no jornalismo de economia**. São Paulo: Mega Brasil e Call Comunicações.
- RIUTORT, P. 2000. *Le journalisme au service de l'économie*. **ARSS**, n. 131-132.
- SCHUDSON, M. 1995. **The power of news**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- SKIDMORE, T. 1988. **Brasil: de Castelo a Tancredo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.