



Trinta anos depois: o uso do economês nos cadernos de economia dos jornais impressos ¹

Kárita Cristina Francisco ²

Resumo: A linguagem especializada continua a aparecer nas páginas dos jornais diários, em especial, nos cadernos de economia. O “economês”, como foi chamada essa linguagem nos anos 1970, pelo jornalista Carlos Lacerda, ainda hoje está presente, com siglas, números e termos técnicos nas matérias de economia em jornais de todo o país, comprometendo diversas características da linguagem jornalística e dificultando a compreensão por parte do leitor.

Palavras-chave: economês, linguagem especializada, jornal impresso, leitor.

Abstract: The specialized language continues to show up in the daily newspapers pages, specially in the economics ones. The “economês”, as this special language was named in the early 1970’s, by the journalist Carlos Lacerda, is still present, with acronyms, numbers e technical terms in the economics articles of newspapers of all the country, endangering several features of the journalist language and making the reader’s understanding more difficult.

Keywords: Economês, specialized language, print newspaper, reader.

¹ O presente estudo é parte da pesquisa para obtenção do título de mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília.

² Mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília, com pesquisas na área de Linguagem Jornalística e Radiojornalismo. Especialista em Imagem e Som e Tradução. Já atuou em jornal impresso, TVs e assessoria de imprensa.

I Introdução

Para a retórica tradicional e clássica a imprensa tem o caráter de informar, de tornar os indivíduos conhecedores dos fatos e do mundo, em suma, de trazer acontecimentos da esfera pública em todos os níveis para a casa das pessoas. A imprensa seria o retrato condensado do mundo em páginas de jornal, de maneira reflexiva, como um espelho dos fatos da sociedade.

No entanto, Marcondes Filho (1993) lembra que esta era uma visão ingênua do jornalismo, já que ele nem mesmo agora nem na sua origem foi qualquer coisa parecida com esta reprodução fiel de mundos. *“Jornalismo é, ao contrário, essencialmente seleção, ordenação, atribuição ou negação de importância de acontecimentos dos mais diversos[...]”* (Marcondes Filho, 1993: 126-127).

A transformação de um fato ou acontecimento em notícia jornalística é um processo que precisa passar por alguém que reúna os fatos, dentro de uma determinada ordem, definida segundo critérios, sejam esses de tempo ou de relevância. Esse alguém, no caso, é o jornalista.

Gomis (1991: 36) pontua que o jornalismo é um fenômeno de interpretação, mais exatamente um método para interpretar periodicamente a realidade. A notícia seria interpretação por ser resultado de um processo de produção, fruto de um processo produtivo que possui regras próprias de coleta, pesquisa, seleção, verificação, redação, edição e divulgação.

O processamento mental da informação pelo repórter inclui a percepção do que é dito ou do que acontece e a sua inserção em um contexto (o social) e, além desse, toda informação guardada na memória e a produção de nova mensagem, que será levada ao público a partir de uma estimativa sobre o tipo de informação que esse público precisa ou a qual queira receber (Lage, 2004: 22-23).

O jornalista funcionaria, deste modo, como intermediário entre o fato ou a fonte de informação e o leitor. De acordo com Martins Filho (1998), o jornalista escreve para todos os tipos de leitores e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico ou internacional.

Perdas ou distorções podem ocorrer durante esse processo de intervenção jornalística de acordo com Kientz (1973: 85-86). Um desses processos é o tratamento da informação em função da inteligibilidade – nele a intervenção jornalística acontece por meio da utilização de técnicas que possibilitem a compreensão da notícia pela média dos leitores. O fato é condensado em torno de algumas palavras-chave, mas muitos elementos podem ser incorporados para aumentar a redundância, como repetições e explicações, que sem trazer nada de novo, auxiliam o leitor numa melhor compreensão da mensagem.

Tanto no jornalismo escrito como no rádio e na TV é a narrativa final que define a qualidade da informação, a personalidade pública do jornalista, seu padrão ético e profissional. Kucinski (1996: 167) lembra que o bom jornalista procura ter uma boa narrativa, ser um bom contador de histórias:

A intencionalidade do jornalista pode ou não ser compartilhada pelos leitores. O texto é também a base de um diálogo com o leitor, e por isso o jornalista deve deixar que ele tire suas próprias conclusões. Deve ser claro no uso dos códigos de linguagem, em especial vernáculo (Kucinski, 1996: 167).

2 O texto jornalístico

O material jornalístico caracteriza-se por sua atualidade, universalidade, periodicidade, que é a durabilidade limitada, e difusão. Uma das características da

linguagem jornalística é a coerência. Esta se caracteriza pela veiculação de sentidos por meio da articulação de elementos subjacentes a superfície textual que constituem essa configuração capaz de veicular sentidos.

Lustosa (1996: 81) salienta que o texto da notícia deve ter quatro elementos essenciais para ser considerado um bom texto: a objetividade, a concisão, a precisão e a clareza. Com relação à clareza o autor afirma que o jornalista só deve falar sobre o que sabe, caso contrário acaba dizendo tolices.

A simplicidade e a clareza são duas exigências fundamentais da linguagem jornalística. Com a simplicidade objetiva-se o alinhamento dos fatos uns a seguir aos outros e não da integração uns nos outros. Já com a clareza procura-se conduzir o leitor a compreensão dos fatos sem tropeçar nas palavras.

Segundo Letria & Goulão, uma linguagem clara significa a utilização de palavras e construções de frases acessíveis a pessoas de diferentes níveis culturais. *“Só assim os jornais conseguirão penetrar ampla e profundamente entre as populações”*(Letria & Goulão, 1986: 93).

Na visão de Kucinski (1996) a clareza de raciocínio é importante para se chegar à clareza da linguagem. As idéias têm de estar claras para que o texto seja claro. Existe uma ação, um sujeito e algumas conseqüências. A localização da natureza exata dessa ação leva a escolha do verbo que a descreve de forma mais expressiva:

Para cada ação um verbo específico, para cada verbo, uma ação. Da mesma forma, deve-se usar uma frase para cada afirmação. E evitar mais de uma afirmação para cada frase. Deve-se usar um parágrafo para cada raciocínio completo e evitar mais de um raciocínio completo por parágrafo (Kucinski, 1996: 170).

Isso porque todo ato social que implique em transmissão de informação é um processo seletivo. Transmite-se, divulga-se, faz-se publicidade dos fatos, das teorias das visões de mundo, das crenças que interessam, conscientemente ou não (Marcondes Filho, 1993 : 134-135).

A informação torna-se, portanto, matéria-prima fundamental e o jornalista um tradutor de discursos, já que cada especialidade tem jargão próprio e desenvolve seu próprio esquema de pensamento (compare-se a fala de um diplomata com a de um militar ou a de um assistente social com a de um economista)(Lage, 2004: 22- 23).

De acordo com Martins Filho (1998), o texto jornalístico deve ser claro, preciso, conciso e objetivo, pois não é justo exigir que o leitor faça complicados exercícios mentais para compreender o texto:

O estilo jornalístico é um meio-termo entre a linguagem literária e a falada. Por isso evite tanto a retórica e o hermetismo como a gíria, o jargão e o coloquialismo. Com palavras conhecidas de todos é possível escrever de maneira original e criativa e produzir frases elegantes, variadas e alinhavadas.

Dispense as palavras e formas empoladas e rebuscadas, que tentam transmitir ao leitor a idéia de erudição. O noticiário não tem lugar para termos assim.

Martins Filho (1998) lembra ainda que alguns termos podem ser familiares ao jornalista, mas não ao leitor. *“Por isso, seja explícito nas notícias e não deixe nada subentendido. Só recorra aos termos técnicos absolutamente indispensáveis e nesse caso coloque o seu significado entre parênteses”*(Martins Filho, 1998).

3 A Terminologia ²

Na visão de Cabré (1993, p.82), a palavra “Terminologia” designa três conceitos diferentes:

a) o conjunto de princípios e bases conceituais que regem o estudo dos termos;

b) o conjunto de diretrizes que se utilizam no trabalho terminológico;

c) o conjunto de termos de uma determinada área de especialidade.

A primeira se refere à disciplina, a segunda à metodologia e a terceira ao conjunto de termos de cada temática específica.

Assim, a Terminologia é o estudo e o campo de atividade que se preocupa com a coleta, descrição, processamento e apresentação de termos, isto é, itens lexicais que pertencem a áreas especializadas de uso de uma ou mais línguas (Sager, 1990).

Os termos, como as palavras do léxico geral, são unidades sígnicas distintivas e significativas ao mesmo tempo, que se apresentam de forma natural no discurso especializado. Possuem uma vertente sistemática (formal, semântica e funcional), toda vez que são unidades de um código estabelecido, e manifestam assim mesmo outra vertente pragmática, posto que são unidades usadas na comunicação especializada para designar os objetos de uma realidade preexistente (Cabré, 1993).

Segundo Medeiros (1984), os termos são diferenciados das palavras da linguagem comum por características específicas e por sua ligação a uma determinada área de conhecimento. Na linguagem especializada, a identificação do significado do termo é feita por meio do contexto em que está inserido, o que reduz, por sua vez, o risco de ambigüidade.

A diferenciação entre Terminologia e linguagem comum pode, deste modo, ser feita por cinco fatores pragmáticos:

- a função básica que se propõem;
- a temática de que tratam;
- os usuários;
- as situações comunicativas;
- os tipos de discurso.

4 A linguagem especializada

Para se falar em Terminologia, deve-se falar de linguagens especializadas. Isso porque a Terminologia trabalha e desenvolve métodos e princípios aplicáveis à análise dessas linguagens. Enquanto na linguagem comum tem-se um conjunto de regras, unidades e restrições que fazem parte do conhecimento da maioria das pessoas, na linguagem especializada faz-se referência aos subcódigos, grande parte derivados da linguagem comum, caracterizados por algumas peculiaridades “especiais”, próprias de determinada área do conhecimento (MEDEIROS, 1984).

Apesar de restritas a comunicação entre especialistas e estudiosos de determinada área e com o intuito de descrever a estrutura conceitual do campo a que se referem, as linguagens especializadas seriam, então, parte derivadas da linguagem comum.

As linguagens especializadas apresentam características que as distinguem de outros tipos de linguagem, como maior precisão entre termo e conceito ³, fundamentais para a exatidão e eficácia da comunicação científica.

Faulstich (2004) denomina a linguagem especializada de vocabulário técnico. Vocabulário técnico é aquele em que os termos identificam uma atividade específica. Assim sendo, reconhece-se que um texto pertence a uma determinada área -

³ A palavra Terminologia, ao representar a ciência que estuda os termos, de acordo com Cabré(1993), deve ser grafada em maiúsculo.

⁴ Na definição de Dahlberg (1978), o conceito é a compilação de enunciados verdadeiros sobre determinado objeto, fixada por um signo lingüístico, uma unidade do conhecimento sobre um item de referência representado por uma forma verbal.

grupo profissional - pela significação que os vocábulos possuem ou adquirem nele. O conjunto de tais vocábulos constitui a linguagem técnica ou especial (Faulstich, 2004: 48).

Nas linguagens especializadas, por se tratar de áreas técnico-científicas, existe a predominância do uso da linguagem escrita e conseqüentemente, de gráficos, figuras e ilustrações que representam visualmente o conteúdo dos textos. Siglas, fórmulas e outros símbolos também são empregados com o objetivo de elucidar ou sintetizar um termo. Esses artifícios funcionam como suportes da mensagem.

As formas de texto utilizadas nas ciências experimentais e aplicadas se diferenciam das formas de texto utilizadas pelas ciências especulativas geralmente discursivas, apresentadas sob formas de ensaio. As regras morfológicas e grafemáticas são relevantes nas linguagens especializadas. Nelas são empregadas raízes gregas e latinas, por meio da prefixação, sufixação ou derivação para a formação dos termos da área, especialmente nas línguas que no Ocidente, participam da tradição cultural greco-latina (Sager, 1990: 148).

A linguagem técnica ou especial caracteriza-se por introduzir inovações e apropriar-se de modo peculiar de outros termos da linguagem, comum ou geral. As modificações que um grupo sócio-profissional introduzem na língua são chamadas de jargão (Faulstich, 2004: 48).

No parecer de Letria & Goulão, a linguagem técnica não seria adequada ao jornalismo:

Os jornais não se destinam a setores de opinião especializados e familiarizados com designações e mecanismos mais complexos. Um jornalista confrontado com a necessidade de fazer um trabalho técnico deve fazer todas as diligências para compreender aspectos fundamentais do assunto, a fim de os explicar depois em linguagem comum (Letria & Goulão, 1986: 95).

5 Jornalismo econômico - o início

No fim dos anos 50 e início dos anos 60 é que surgem as primeiras características da imprensa atual. Um período em que o país vivenciava o Golpe de 64 e o controle da imprensa, regulados pelos Atos Institucionais e pela nova Lei de Imprensa.

Devido ao extremo controle exercido pelos militares e com a ausência de atividade política, o jornalismo político vai se definindo. Repórteres, colunistas e cronistas se vêem obrigados a mudar de área de cobertura, são desviados de suas funções dentro da própria empresa ou simplesmente demitidos.

E 1968 é o ano em que o jornalismo político praticamente desaparece da imprensa nacional devido a censura. Nesse mesmo período, a dívida externa aumenta e com a política paralisada, aumentam os financiamentos disponíveis para o Brasil. Criam-se mecanismos de incentivos à entrada da moeda estrangeira no País, com o intuito de acelerar o crescimento econômico.

Na década de 1970, os meios de comunicação e as atividades culturais eram vigiados pela polícia. Tudo o que desagradava ao governo era severamente censurado. O regime militar não admitia críticas, nem ao menos oposição pacífica.

O quadro político acabou por destinar várias páginas dos jornais a assuntos econômicos e a exclusão de praticamente todas as informações sobre questões político-partidárias ou de temas relacionados com os conflitos sociais.

Nos anos 1970 os jornais passaram a dar destaque ao noticiário econômico, não só porque as notícias sobre política sofriam forte censura, mas também porque a economia tornou-se um dos temas centrais do regime militar.

Foi nessa época que nasceu o jornalismo econômico como conhecemos hoje. Até os anos 70, o noticiário econômico era essencialmente financeiro ou comercial, voltado para informações práticas: cotação da bolsa, informações sobre o câmbio, entrada e saída de navios, preços e produção de produtos agrícolas. Quando outros temas apareciam, não vinham acompanhados de análise, pois não existia um grupo de jornalistas especializados em assuntos econômicos nas redações. Não existia uma cobertura regular do desempenho das empresas, nem dos diversos setores da economia (ABREU, 2002: 21).

Com a restrição aos assuntos políticos e com as variações no mercado financeiro, os cadernos de economia ganharam espaço. O jornalista passou a se especializar ainda mais, a fim de poder traduzir a linguagem dos tecnocratas e, com isso, ampliou-se o espaço destinado aos assuntos econômicos (Lustosa, 1996: 111).

As editorias de economia foram também usadas como instrumento de divulgação da política econômica do regime militar. Era importante para o governo daquela época que a imprensa divulgasse as conquistas e os avanços econômicos, na medida em que a economia se tornou a moeda de legitimação política para os militares. Houve uma grande expansão dentro dos órgãos oficiais de assessorias de relações públicas, encarregadas de divulgar as obras e os investimentos realizados pelo governo federal e pelos governos estaduais.

6 Os primórdios do economês

Nos primeiros anos de 1970, segundo Dines (1996: 72) os jornalistas que cobriam a área econômica tiveram que enfrentar as barreiras da falta de conhecimento especializado em economia. As informações da área econômica eram obtidas junto aos tecnocratas que utilizavam uma linguagem conceitual de difícil compreensão para o público leitor, e muitas vezes os jornalistas reproduziam as informações tal como lhes eram transmitidas, sem decodificação, com apenas algumas adaptações para a linguagem comum. A nova linguagem, formada por jargões econômicos, siglas e termos em inglês que passou a integrar o cotidiano do noticiário recebeu a designação de “economês”, expressão cunhada por Carlos Lacerda.

O jornalista de economia Aloysio Biondi (1974:15) escreveu com relação à linguagem econômica quando indagado sobre uma matéria econômica, publicada num dos veículos da Editora Abril:

A minha conclusão (...) foi a de que os jornais tinham passado anos procurando profissionais que escrevessem em linguagem inteligível, mas que, de alguns anos para cá, o ideal passou a ser o profissional que não escrevesse em linguagem que todos entendessem (Biondi, 1974:15).

Para Biondi um dos males do jornalista econômico do fim da década de 60 e início dos anos 70 foi identificar-se demasiado com os porta-vozes, ser recebido e desfrutar do privilégio de obter para si as informações: “Para ele, mas não para o leitor, para coletividade, para a opinião pública” (1974:20). É nesse momento que, segundo o autor, surgem expressões em voga: “novos patamares”, “medidas para agilizar o mercado”, que em suma, não dizem nada porque não interessa dizer nada.

A ritualização da linguagem do jornalismo de economia é acionada ainda por uma série de palavras novas ou antigas com sentido novo, recriadas, expressando ações transformadoras da realidade sócio-econômica. São os neologismos que contém um elevado grau de abstração, mas que dão um colorido característico

todo particular e um movimento específico ao texto jornalístico (Quintão, 1987: 105).

Biondi (1974) relata que a linguagem do jornalismo econômico era uma linguagem que refletia muito mais interesses que não eram do grande público tão pouco os da coletividade. Desde os tempos de Delfim Neto, nos anos 70, os jornalistas da área econômica consideravam a macroeconomia como fundamental a vida do brasileiro.

7 Cobertura econômica atual

Do final da década de 1970 até os dias atuais, o jornalismo econômico sofreu alterações, mas que não foram marcantes ou que apontassem para um diferencial considerável nas características das matérias.

Para Marcondes Filho (1993: 105) a prática jornalística torna-se neste novo momento, a da imprensa minimalista. A economia não é trabalhada do ponto-de-vista de sua relação com o Estado, com a sociedade maior, da perspectiva das tendências e rumos, enquanto organicidade do sistema. As matérias desta editoria são produzidas apenas com vistas a darem informações aos leitores sobre investimentos ou práticas de sobrevivência na selva econômica.

De acordo com Kucinski (1996: 181) o público referencial da informação econômica deve ser a população em geral, mesmo que seu público funcional, e por isso o estilo do texto, seja específico. A economia e as políticas econômicas devem ser julgadas pelo critério do interesse público.

E, ao mesmo tempo, um repórter só conquista a confiança de quem lhe fornece informações quando seu trabalho, uma vez publicado, é um atestado de competência- não contém erros de informação, é fiel aos fatos apurados e não são “esquentados”, é escrito com objetividade, clareza, simplicidade e trata de assuntos relevantes para o país e a sociedade (Caldas, 2003: 50).

Para Amaral (1987):

Na imprensa brasileira reina também a desigualdade. Pequena parte da informação é atual, bem feita, digerida e entregue ao público sem a mácula da repetição. Ponderável parte, porém, é repetição pura e simples da notícia e da análise anteriormente processadas pelo grande pequenos setores empresariais, com ajuda dos serviços de relações públicas e divulgação”.

Para Lustosa (1996: 131) os fatos econômicos sempre indicam situações que afetam a vida das pessoas, pois divulgam fenômenos ou medidas governamentais relacionadas com bens ou ganhos de uma parcela ponderável de pessoas.

A notícia no jornalismo econômico está caracterizada pelo uso de dezenas de palavras que pouco ou nada significam para o público leitor e que por isso tornam também a leitura do texto de economia excessivamente hermética e elitista (Quintão, 1987: 102).

8 Linguagem do Jornalismo Econômico

A linguagem é constitutiva de quem a formula, envolve todo o processo de estruturação do saber e do conhecimento de cada um e de cada coletivo, de acordo com Kucinski (1996:168). Os economistas apenas aparentemente usam a linguagem comum.

No jornalismo dedicado a economia, um dos principais problemas de linguagem está no fato de ele se dirigir a pelo menos dois públicos bem diferenciados, que se comunicam por códigos próprios: de um lado, especialistas,

grandes empresários e profissionais do mercado; de outro, o grande público e os pequenos empresários. O grande público e os pequenos empresários sentem-se permanentemente agredidos pela linguagem técnica inevitavelmente usada no jornalismo econômico (Kucinski, 1996: 167-168).

Lustosa (1996: 131) complementa que o hermetismo do texto causa uma grande dificuldade de compreensão das matérias sobre economia pelos comuns mortais. Esse é um o principal problema enfrentado pelo redator da editoria de economia. *“A utilização excessiva de números no esforço de traduzir os fenômenos divulgados fez a emenda sair pior que o soneto”*.

Novamente Kucinski (1996: 168) detalha que se o jornalista está se dirigindo ao grande público, não pode adotar essa linguagem, que não será entendida.

Também seu referencial não é o mesmo do economista, e sim o dos interesses gerais da população. Além de acessível, o tratamento da informação deve ser crítico. O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendam, e sem violar os conceitos criados pela linguagem do economista (Kucinski, 1996: 168).

Enfim, a linguagem técnica elitiza a informação prestada pelo jornalista de economia que, apesar disso, insiste em usá-la (Quintão, 1987: 108).

Basile (2002: 121) ressalta que se for preciso comunicar algo, deve-se fazê-lo da maneira mais direta possível, com a maior simplicidade, para que o público que precisa de sua comunicação o compreenda. Em jornalismo econômico o texto com frequência, senão for bem tratado, fica muito burocrático. Em conseqüência, é fundamental que o bom profissional se esforce para tornar o assunto agradável e inteligível.

9 Por que o economês?

Mesmo após mais de trinta anos da identificação do fenômeno chamado “economês”, ou seja, da linguagem técnica ou especializada sendo utilizada como comum, por que ele ainda continua acontecendo? Jornalistas, editores, pensadores do jornalismo, cada um tem uma explicação para esse fato.

Na visão de Sarcinelli (1997), a reportagem de economia passou a concentrar seu foco em apenas um segmento da sociedade: a classe empresarial e seus representantes. As equipes de reportagem estão posicionadas junto ao poder político e econômico, vendo o país e sua realidade econômica e social apenas pelo ângulo do poder, ignorando a parcela mais significativa da sociedade: trabalhadores, aposentados, donas-de-casa, estudantes, micro-empresários e funcionários públicos.

Para Biondi (1974:20), na medida em que as seções de economia se esqueceram de que estavam escrevendo para o público, para a coletividade, elas verificaram que não era necessário e, às vezes, nem muito conveniente traduzir muito claramente os temas em debates.

Na observação feita por Setti (2005) os próprios jornalistas que criticavam essa linguagem técnica fizeram-na migrar para suas matérias. Primeiro, como declarações entre aspas e muitas vezes desacompanhadas de maiores explicações. Depois, como parte integrante do próprio texto dos jornalistas. O fato é que, para não poucos jornalistas, lançar mão do jargão acaba sendo uma espécie de passaporte para uma suposta seriedade, um atestado de “estar por dentro”.

“Grande parte dos jornalistas e dos recém-formados já chegavam às redações, mal saídos das faculdades, tendo como dogma de fé que a simplicidade, num texto, era um defeito – quando, pelo contrário, ela talvez seja a suprema meta a alcançar”(Setti, 2005).

Um outro problema apresentado, só que ao contrário deste primeiro, é o jornalista responsável pelas matérias de economia, que peca pelo excesso de conhecimento e pela incapacidade de traduzir seu tópico ao nível do leitor. Quanto maior o conhecimento em determinado assunto, maior a tendência de simplificar, ou por meio do uso de termos técnicos ou pela própria omissão de explicação ou detalhes.

“Alguns dos nossos melhores comentaristas econômicos empregam com frequência palavras como drawback, crédito stand-by, uma série de coisas que obriga o leitor leigo a pensar duas vezes, quando não a perguntar ao amigo mais próximo, se há, a significação de tais expressões”(Amaral, 1987).

Para Amaral (1987) os bons redatores de economia não divergem sobre um ponto: a notícia econômica, tanto quanto a científica, carece de interpretação imediata. *“Uma portaria ministerial a respeito de importação de produtos manufaturados, por exemplo, pouco ou quase nenhum valor tem para o homem da rua se não vier acompanhada de uma explicação fácil”*.

Na visão de alguns jornalistas e editores, o economês ainda tem espaço nas matérias de economia por falta de preparo. Adriana Wilner, editora da revista “Pequenas Empresas & Grandes Negócios”, concorda que, de maneira geral, na cobertura de economia, e mais acentuadamente em finanças, há tão-somente a transmissão de informações, sem qualquer questionamento. Para ela, por preguiça, falta de preparo do repórter ou mesmo falta de planejamento dos veículos, não é feita a reflexão crítica, o embate de idéias. A editora critica ainda o tom declaratório das páginas de economia da imprensa brasileira. *“O ministro disse isso, o presidente do Banco Central disse aquilo...O problema é que não se traduz o que eles quiseram dizer. Os jornalistas repetem como papagaios o que lhes é dito”* **5**.

Sobre a preguiça jornalística, Kucinski (1996: 170) tem seu parecer:

Deve ser evitada a linguagem burocrática, de conteúdo irrelevantes ou acessórios. [...] a linguagem burocrática sintetiza quase todos os defeitos do fazer jornalístico brasileiro: o desprezo pelo leitor, o descuido com a informação, a preguiça jornalística, a despoltização da informação (Kucinski, 1996: 170).

Quintão (1987:109) pontua que muitos jornalistas simplesmente absorvem as categorias da linguagem econômica, mas não sabem exatamente como traduzi-la para o leitor comum. Denise Neumann, do diário “Valor Econômico” compartilha da mesma opinião: *“Quando a matéria tem muito economês é porque o jornalista não entendeu o que o entrevistado falou”* **6**

Outra tentativa de explicação para o uso do jargão nos cadernos de economia seria a de que o jornalista escreve basicamente para a fonte **7** e não para o leitor. Setti (2005) afirma que muitas vezes, mesmo que de maneira inconsciente, o jornalista se utiliza de uma linguagem empolada e sente-se satisfeito ao receber um elogio de um economista. Deste modo, o emprego dos termos técnicos demonstra conhecimento, autoridade e poder.

Amaral (1987) cita o seguinte comentário de Robert Salmon, presidente e diretor-geral do jornal francês France-Soir:

“A qualidade da informação continua ainda desigual: informações pouco digeridas ou mal digeridas, informações pouco controladas, informações comumente influenciadas por trabalho de análise já efetuado pela imprensa especializada ou publicações profissionais. A tal ponto que a liberdade de informação econômica pode ser, muitas vezes, discutida.

5 Adriana Wilner. Entrevista a alunos da Faculdade Cásper Líbero, disponível no endereço: http://www.facasper.com.br/jo/reportagens.php?tb_jo+&id_noticias=330

6 Denise Neumann. Entrevista a alunos da Faculdade Cásper Líbero, disponível no endereço: http://www.facasper.com.br/jo/reportagens.php?tb_jo+&id_noticias=330

7 Qualquer pessoa que possa prestar informações fidedignas a um jornalista para fins de noticiário. Definição de ERBOLATO, Mário (1985). Dicionário de Propaganda e Jornalismo. Campinas: Papirus Editora.

As informações destinadas aos consumidores não lhes são adaptadas. O grande público, o dos jornais diários, continua, ainda mal informado sobre os complexos problemas que lhe chegam ao conhecimento por intermédio das notícias distribuídas pelos organismos oficiais e por aquelas fornecidas diretamente pelas indústrias”.

Na visão de Sarcinelli (1997) a concentração de notícias empresariais no noticiário econômico dos jornais brasileiros –presentes em matérias sobre as taxas cambiais, importações e exportações, superávit entre outros - afasta o jornalismo econômico do papel de promotor do bem-estar social. A limitação dos temas e forma nebulosa como são tratados pela maioria dos jornalistas econômicos desestimula o debate social, na medida em que a realidade é omitida ou é empregada de forma tão distante da realidade de milhões de leitores brasileiros, de classe baixa e média.

Alguns autores, no entanto, pontuam que a grande dificuldade para redigir uma notícia econômica é causada pela impossibilidade de se encontrar termos coloquiais para substituir as expressões técnicas:

Em verdade não se pode apenas acusar o redator de economia de dificultar a interpretação ou decodificação. O que ocorre, excluídos os exageros, é a impossibilidade efetiva de substituir muitas vezes as expressões técnicas das notícias econômicas por expressões coloquiais (Lustosa, 1996:133).

As matérias de economia deixam de ser interesse da grande maioria da população que, sequer conhece a realidade e a razão dos números e termos expressos nos cadernos. Essa consideração com a sociedade deveria ser fundamentada no espírito do jornalista desde a sua formação:

A abertura para o todo, conceito defendido pelo filósofo Josef Pieper, em seu ensaio sobre o papel da universidade - onde lembra que o espírito de uma instituição desta natureza deve ser o de reunir todos os valores, tudo o que cerca o homem, e não seccionar a realidade -, serve como uma luva para o jornalismo econômico, dentro do que deveria ser o seu verdadeiro papel: espelhar a realidade, para que a sociedade, vendo a si mesma, busque as mudanças que se fazem necessárias para promover o bem estar de toda a população (Sarcinelli, 1997).

10 Análise da coleta de termos

A coleta de termos foi realizada por um período de sessenta dias, nos cadernos de economia de dois jornais diários de Mato Grosso do Sul, “O Estado” e “Correio do Estado”. As palavras foram identificadas como sendo termos técnicos da área de economia quando constavam no Glossário de Termos Econômicos do Banco Central.

Ao todo foram identificados 177 termos da área econômica, muitos com emprego recorrente, como o termo “Selic”, que contabilizou 35 ocorrências. Alguns termos se repetiram com maior frequência, em especial, siglas e acrônimos. A quantidade de termos em inglês e termos técnicos sem tradução ou explicação, também chamaram a atenção.

11 Termos em inglês

Os termos em inglês apareceram com frequência. Apesar de muitos fazerem parte da linguagem especializada em economia, poderiam ser substituídos por sinônimos. Alguns exemplos: royalties, commodities, spreads, hedge funds, blue

chips, default, delivery, e-bit, dumping, high yield, joint venture, swap, market share, traveller check, treasuries, tag along.

Os termos em inglês alcançaram as páginas dos jornais – onde permanecem até hoje- a partir da década de 1970 graças aos economistas e responsáveis pelos setores econômicos:

“A linguagem importada, que funciona como um código internacional da sociedade capitalista contemporânea será absorvida, em primeiro lugar, pelos técnicos brasileiros que a introduzem em seus relatórios. Em seguida, através dos porta-vozes oficiais- os tecnocratas- ganha as páginas dos jornais e se legitima (Quintão, 1987: 103).

Para Kucinski (1996: 169), dada a complexidade das situações de economia, a clareza só pode ser alcançada se o jornalista entender o fenômeno econômico que se propõe reportar ou analisar. Caso contrário, é muito improvável que a narrativa seja clara. O recurso dos jornalistas que não entendem bem o tema de que estão tratando é o de se protegerem com as palavras difíceis do jargão dos economistas e com expressões do inglês.

Outros termos específicos da área econômica foram usados , tais como: superávit, déficit, Risco Brasil, ativos, câmbio flutuante, C-bond, Dieese, emissão de bônus, fuga de capitais, Nasdaq , papéis, sem viés, volatilidade, dessazonalizado, fundo de pensão, antidumping, Embi , bônus, câmbio, câmbio controlado, câmbio fixo, colchão de liquidez, dividendos, emissão de títulos, fluídos de pensão, fluxo cambial, front externo, fundos de renda fixa, Ibovespa, índice dessazonalizado , Dow Jones, inflação acumulada, inflação projetada , papéis brasileiros, papéis de taxa fixas, papéis ordinários, pauta fiscal, preços administrados, preços livres, preços médios, risco país, saldo acumulado, saldo de balança, título, título da dívida, valor adicionado, valor agregado, valor de face.

Além disso, diversos homógrafos como câmbio, câmbio controlado, câmbio fixo, superávit, superávit acumulado, superávit comercial, superávit nominal, superávit primário taxa básica, taxa básica de juros, taxa projetada, taxa Selic, entre outras.

12 Siglas e indicadores

O uso de siglas tornou-se também uma prática corriqueira nos textos noticiosos do jornalismo de economia a partir dos anos 60. Desde então, elas têm se multiplicado por todos os setores de economia, atingindo principalmente o texto jornalístico. Na área econômica existem centenas de siglas de uso corrente que vão desde nome das instituições até de indicadores oficiais.

Outra característica marcante dos textos de economia dos jornais são os números ou percentuais fechados em quadros ou tabelas que aparecem até mesmo nos títulos e nas primeiras páginas dos jornais. Quintão (1987: 108) ressalta que o leitor é submetido a uma série de indicadores, como gráficos e tabelas cuja composição deve ser aceita, apesar de que isso, muitas vezes, pode comprometer a verdade.

De acordo com as regras de redação jornalística, siglas e palavras em inglês, assim como termos técnicos devem ser explicados ou substituídos por sinônimos mais simples ou mais conhecidos.

Algumas das siglas e dos acrônimos coletados durante o período analisado e com a seguinte frequência de ocorrência: Selic (35), Copom (34), IPCA (25), PIB (23), IGP-M (11), Cofins (10), CSLL(8), FED (8), IGP-DI (8), ICMS (7), IPA (6), PIS (6), INCC (3), IPC (3), FCO (2), FGTS (2), CNI (2), BIRD (1), CMNI (1), FMI (1), IPCS (2), IPI (2), IOF (1), IPEA (1), IPV (1), IRF (1), VBP, VGBL.

Segundo Quintão (1987: 108) apesar dos gráficos e tabelas serem usados com o objetivo de ilustrar os textos, quando os dados se apresentam herméticos, a falta de costume do público de recorrer a eles para melhor compreensão da notícia ajuda a tornar mais confuso e menos atrativo o texto do jornalismo de economia. Isso porque embora disseminados por todos os jornais, poucos são os que sabem usar estes recursos com a devida clareza.

Lustosa (1996: 132) explica que pelas dificuldades de se relatar os fenômenos econômicos em um bom texto jornalístico, os indicadores econômicos- como cotações do dólar, renda da poupança, valor do salário mínimo, entre outros- acabaram ganhando um espaço especial, aparecendo obrigatoriamente em todos os grandes jornais.

“Se formos chatos, burocráticos, herméticos, os leitores simplesmente passarão ao largo dos nossos textos. Se, ao invés disso, formos rápidos, descritivos, atentos, competentes, emotivos e apaixonados em nosso texto, as pessoas certamente se voltarão para nós e o tipo de jornalismo que praticamos”(Basile, 2002: 113).

13 Conclusão

A presente pesquisa teve como objetivo como verificar se o economês, emprego de termos técnicos nas matérias de economia, continuavam a ocorrer, em especial, nos dois jornais mais importantes da capital de Mato Grosso do Sul: Correio do Estado e O Estado.

Para tanto foi realizada uma compilação de sessenta edições de cada um dos jornais, de onde foram extraídos os termos técnicos- identificados como jargão por constarem no Glossário do Banco Central, específico para assuntos econômicos. Por meio da análise pode-se perceber que os termos técnicos aparecem com frequência considerável nas matérias.

Por meio da Terminologia, objetivou-se identificar a diferença entre termos e o léxico comum, assim como a linguagem especializada e a linguagem comum. O jornalismo utiliza-se da linguagem comum, embora tenha sido observado o emprego da linguagem especializada, própria dos experts da área econômica.

As maiores ocorrências foram as siglas e os termos em inglês, sem tradução ou explicação de seu significado. A explicação do significado ou o que o termo representa é um recurso do jornalismo para facilitar o entendimento por parte do leitor. O problema é que nem sempre a simples definição da sigla basta para elucidar o termo.

Os termos técnicos foram observados com maior frequência principalmente em matérias que dizem respeito ao mercado financeiro- que envolvem temas como o movimento das bolsas de valores, câmbio, variações do dólar e também nas matérias que envolvem tributos e inflação.

Essas matérias, em sua maioria, são provenientes das agências de notícias como a Folha Press e a Agência Estado com as quais os jornais têm convênio. Mediante o pagamento de um determinado valor mensal, os jornais têm o direito de usufruir de textos e fotos produzidos pelas agências e vendidos para os jornais de todo o País.

Sendo assim, o material de economia utilizado nos jornais analisados proveniente das agências tem em sua maioria um enfoque nacional, como temas como movimento do mercado financeiro, variação de índices tributários e de moedas.

Não se pode desconsiderar as matérias regionais que também apresentam muitas siglas e termos- um número menor que os tipos de matérias mencionadas acima- em temas relacionados a economia local, como a comercialização de soja, gado, a questão do gás natural, os tributos da economia doméstica, entre outros.

Independente da matéria econômica que apresentava o termo técnico ser de âmbito regional ou nacional, o que se pôde constatar é que os jornais, que são direcionados a diversos tipos de leitores, com uma linguagem simples e comum, apresentam-se recheados de termos técnicos, inteligíveis em grande parte, somente aos experts.

As editorias de economia estão repletas de siglas, números, índices e termos desconhecidos da maioria da população, o que pode explicar o desinteresse de grande público pelas notícias econômicas dos jornais impressos.

14 Referências bibliográficas

- ABREU, Alzira Alves de (2002). *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- AMARAL, Luiz (1987). *Técnica de jornal e periódico*. 4. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- ARNTZ, Reiner/PICHT, Heribert (1995). *Introducción a la terminología*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- BASILE, Sidnei (2002). *Elementos jornalismo econômico*. Rio de Janeiro: Campus.
- BETING, Joelmir (1973). *Na prática a teoria é outra - os fatos e as versões da economia*. São Paulo: IMPRES.
- BIONDI, Aloysio (1974). *A linguagem na reportagem econômica*. Seminário de Técnica de Jornalismo, 1. Rio de Janeiro: ABI, 1974 (Coleção Comunicação Hoje).
- CABRÉ, M.Teresa (1993). *La terminología*. Barcelona: Editorial Antártida.
- _____ (1993). *La terminologia hoy: concepciones, tendencias y aplicaciones*. Revista Ciência da Informação. Brasília, v.24, n.3, p.289-298.
- CALDAS, Suely (2003). *Jornalismo Econômico*. São Paulo: Contexto.
- DAHLBERG, I. (1978). *Teoria do conceito*. Revista Ciência da Informação. Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 101-107.
- DIJK, Teun A. Van (1988). *Texto y contexto*. Madrid: Catedra Editora.
- _____ (1996). *La Noticia como discurso*. Madrid: Paidós Editora.
- DINES, Alberto (1996). *O papel do jornal: uma releitura*. São Paulo: Summus Editorial.
- FAIRCLOUGH, Norman (1995). *Media Discourse*. New York: Edward Arnold.
- FAULSTICH, Enilde L de J (2004). *Como ler, entender e redigir um texto*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Glossário de termos do Banco Central do Brasil. <http://www.bacen.gov.br/?GLOSSARIO>. Acessado em 20 de janeiro de 2006.
- GÓMEZ, Maria Nélide Gonzalez de (1996). Comentários ao artigo “*Hacia um nuevo paradigma em Bibliotecologia*”. Revista Transinformação, v.8, n.3, p.44-56, set/dez.
- GOMIS, Lorenzo (1991). *Teoría del periodismo; cómo se forma el presente*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- KIENTZ, Albert (1973). *Comunicação de massa – Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Livraria Eldorado Tijuca.
- KOTSCHO, Ricardo (2000). *Prática da reportagem*. 4. ed. São Paulo: Ática.
- KUCINSKI, Bernardo (1996). *Jornalismo Econômico*. São Paulo: EDUSP.

- LAGE, Nilson (2004). *A reportagem: Teoria e Técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Record.
- LETRIA, José J. & GOULÃO, José (1986). *Noções de Jornalismo*. 2 ed. Lisboa: Livros Horizonte.
- LUSTOSA, Elcias (1996). *O texto da notícia*. Brasília: Editora UnB.
- MARCONDES FILHO, Ciro (2002). *A saga dos cães perdidos*. Série Comunicação e Jornalismo. 2ª edição. São Paulo: Hacker Editores.
- _____. (1993). *Jornalismo fin-de-siècle*. 1ª ed. São Paulo: Scritta.
- MARTINS FILHO, Eduardo Lopes (1998). *Manual de redação e estilo de O Estado de São Paulo*. 3. ed. São Paulo: Moderna.
- MAURICIO, Patrícia (2003). *O personagem econômico: um contraponto emocional à linguagem racional do jornalismo*. Revista ALCEU- vol.4- n.7- p.99-114-jul./dez.
- MEDEIROS, M. B. B (1984). *Levantamento e análise da terminologia brasileira em Ciência da Informação*. Brasília, UnB. Dissertação de Mestrado.
- MEDINA, Cremilda (1982). *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- NASSIF, Luís (2001). *Crise Econômica ou crise no jornalismo econômico?* In: Seminário de Comunicação Banco do Brasil. Brasília.p.97-108.
- PEDROSO, Rosa Nívea. Considerações sobre produção, discurso e análise em jornalismo. <http://www.saladeprensa.org/art601.htm>. Abril 2005, Año VI, Vol. 3. Acessado em 16 de julho de 2005.
- PIMENTEL, Fernanda (2005). *Jornalismo Econômico*. In: *1000 Perguntas-Jornalismo*, Rio de Janeiro: Editora Rio.
- QUINTÃO, Ayle-Salassie Filgueiras (1974). *O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964*. Rio de Janeiro: Agir.
- RONDEAU, Guy (1984). *Introduction à la Terminologie*. Deuxième édition. Paris: Gaetan Morin.
- SAGER, Juan (1990). *A practical course in Terminology Processing*. Amsterdam/ Philadelphia.
- SARCINELLI, José Antonio (1997). *Jornalismo Econômico. A sedução do poder*. Mirandum - Estudos e Seminários. ANO I No. 3 Set-Dez .
- SETTI, Ricardo A. *O jornalismo político exclui o grande público*. <http://www.unb.br/ceam/nemp/artigo6.htm>. Acessado em 17 de julho de 2005.
- SILVA, Jaqueline de Paiva e (2002). *A Broadcast, o mercado financeiro e a cobertura de economia da grande imprensa*. Brasília: UnB, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília.