

# A emergência do capitalismo cognitivo e as mudanças no jornalismo econômico

Hérica Lene\*

## Índice

1 Capitalismo cognitivo, globalização e neoliberalismo	2
2 O jornalismo econômico no pós-fordismo	8
3 Considerações finais	14
4 Referências Bibliográficas	15

## Resumo

Neste texto proponho fazer uma reflexão sobre o panorama econômico que se desenha no final do século XX e como o campo da comunicação e o subcampo jornalismo econômico se inserem nesse cenário de emergência do capitalismo cognitivo, de governos neoliberais, de aceleração da globalização e de virtualização da economia. A discussão será fundamentada, principalmente, nas reflexões de autores como Corsani (2003), Cocco (2003), Slater (2002), Castells (1999) e Kumar (1997). Sobre jornalismo econômico, toma-se como base as obras de Kucinski (2000), Basile (2002) e Nassif (2002).

---

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

## Introdução

O fim do século XX deixou como herança a transformação do regime de acumulação baseado na grande indústria e a emergência de novas formas produtivas. Nesse cenário, a comunicação desponta tendo um papel central no interior de uma cultura pública que é profundamente influenciada pela nova economia política.

As mudanças na dinâmica da economia mundial a partir dos impactos das novas tecnologias de informação e da comunicação (NTIC) são consideradas por teóricos da sociedade da informação, como Castells (1999), como uma revolução no sistema, uma mudança de paradigma, na qual o próprio capitalismo estaria passando por um processo de profunda reestruturação. “Uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado”, afirma Castells (*ibid.*, p. 21).

Mas há quem considere a passagem do fordismo ao pós-fordismo como a passagem de uma lógica da reprodução a uma lógica de inovação, de um regime de repetição a um regime de invenção e não uma revolução. Na visão de Corsani (2003, p. 15), por exemplo, as transformações em curso não constituem mutações no âmbito do paradigma do

capitalismo industrial. Elas colocariam em evidência a passagem do capitalismo industrial a algo que ela denomina como capitalismo cognitivo. O que significa, portanto, que o que estaria em questão não seria tanto a emergência de uma economia do conhecimento, mas uma mutação mais profunda que afetaria a maneira como capital é dotado de valor.

Assim, a proposta neste texto é refletir sobre esse panorama que se desenha no final do século XX e como o campo da comunicação e o subcampo jornalismo econômico se inserem nesse contexto. A opção pelo jornalismo econômico como objeto de estudo se deve ao fato dele ser identificado em outras pesquisas, como a que desenvolveu Abreu (2003)<sup>1</sup>, como o vetor das mudanças que, em seguida, provocaram alterações no perfil dos jornalistas e em sua forma de construir a informação.<sup>2</sup>

Partir deste propósito nos remete, portanto, às seguintes questões: que mudanças

<sup>1</sup>Ela desenvolveu uma pesquisa para analisar o perfil e a trajetória de vida dos jornalistas em atividade nos principais jornais de São Paulo e Rio de Janeiro com o objetivo de entender a transição política do país a partir do papel desempenhado pela imprensa. Os resultados estão no livro *Mídia e Política no Brasil*, publicado pela FGV em 2003.

<sup>2</sup>Esse tipo de cobertura tem uma larga tradição no Brasil e vai se consolidar ao longo do século XX. Os veículos de comunicação voltados para a indústria, o comércio e os negócios de maneira geral surgem em todo o país desde meados do século XIX. Pioneiro neste sentido é o *Jornal do Commercio*, fundado em 1827, no Rio de Janeiro, e que se mantém até hoje em circulação, apesar de sua baixa difusão e crises frequentes. Sobre este tema cf. SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. e BARBOSA, Marialva. **Os Donos do Rio – Imprensa, Poder e Público**. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

ocorrerem no campo econômico no final do século passado com a emergência do capitalismo cognitivo? E como se inserem o campo da comunicação e, particularmente, o jornalismo econômico, nesse cenário de governos neoliberais, de aceleração da globalização e de virtualização da economia?

A discussão será fundamentada, principalmente, nas reflexões teóricas de autores como Corsani (2003), Cocco (2003), Slater (2002), Castells (1999) e Kumar (1997). Sobre jornalismo econômico, toma-se como base as obras de Kucinski (2000), Basile (2002) e Nassif (2002).

## 1 Capitalismo cognitivo, globalização e neoliberalismo

Esta reflexão se inicia com a seguinte questão: que mudanças ocorreram no campo econômico no final do século passado com a emergência do capitalismo cognitivo?

Ocorre que, nas duas últimas décadas do século XX, o cenário político-econômico mundial sofreu nova mudança. O paradigma keynesiano<sup>3</sup> foi substituído por outro, o monetarista, que restaurou as crenças liberais

<sup>3</sup>O keynesianismo é uma doutrina econômica desenvolvida em torno da obra de John Maynard Keynes (1883-1946), teórico da Grande Depressão de 1929 e autor da *Teoria Geral do Emprego do Juro e da Moeda* (1936). Em face das teorias neoclássicas, Keynes afirmou que o nível de emprego não depende do nível de salários, mas sim de outras variáveis, como a capacidade de consumo e investimento. Para Keynes, a Grande Depressão de 1929 produziu-se por uma diminuição da demanda e, para aumentá-la, o que deveria ser feito era colocar mais dinheiro em circulação, aumentando o poder de compra dos trabalhadores. Foi a doutrina econômica mais difundida no sistema capitalista no século XX; as políticas keynesianas foram de uso geral na Europa ocidental entre 1945 e 1973. É considerado o conjunto de idéias mais revolucioná-

que haviam sido dominantes até a década de 1930. Voltou a prevalecer a idéia de que os mercados se equilibram em pleno emprego, que as pessoas sem trabalho se encontram voluntariamente nessa situação porque não aceitam a remuneração oferecida pelo mercado de trabalho (Singer, 2001, p. 112).

Assim, a revolução keynesiana se esgotou mundialmente, e a contra-revolução monetarista tomou seu lugar. Os estados nacionais, a começar pelo Estados Unidos (EUA), abandonaram a pretensão de controle dos fluxos de capital privado, entregando, com isso, o comando da conjuntura econômica mundial ao jogo especulativo dos grandes blocos econômicos de capital privado multinacional (*ibid.*, p. 124).

Em termos públicos, o fenômeno recebe o nome de globalização<sup>4</sup>, mas politi-

---

rio do pensamento econômico do século XX (Alonso, 2000, p. 246).

<sup>4</sup>Foi no final do século XX que esse processo se consolidou, com a queda de barreiras alfandegárias entre os países e a revolução tecnológica, em particular no campo da informação (telefonia, televisão e computador). Essa “revolução” de base microeletrônica criou as condições físicas para um maior e instantâneo intercâmbio entre as economias e Estados nacionais. Barateou a produção, o processamento e a transmissão do conhecimento. Combinada com a desordem monetária, que começou como circunstancial, mas integrou-se ao sistema, deu origem ao aspecto mais visível da globalização no plano econômico: a autonomia do mercado financeiro em relação ao Estado-nação e entidades supranacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) ou a União Européia, e a sua volatilidade. A combinação desses fatores provocou drásticas mudanças no processo produtivo, liderado por empresas transnacionais, e, sobretudo, na forma como são feitos os investimentos mundiais. As grandes empresas se organizaram mediante fusões e parcerias e ampliaram seu poderio econômico. Seu poder de investimento inverte a relação entre governo e iniciativa privada. Nas décadas de

camente coincide com a ideologia do neoliberalismo<sup>5</sup>, uma plataforma econômico-político-social-cultural, empenhada em governo mínimo, fundamentalismo de mercado, individualismo econômico, autoritarismo moral. De um modo geral, livre trânsito de *commodities* e velocidade circulatória dos capitais especulativos são valores excelso da nova economia (Sodré, 2002, p. 14).<sup>6</sup>

---

1970 e 1980, era o governo que ditava as regras do desenvolvimento econômico e, com base nelas, as empresas definiam as estratégias de investimentos. Atualmente, essa ordem é inversa. O Estado não consegue mais deter a movimentação do capital estrangeiro. Há cada vez menos recursos para aplicar em setores como saúde, educação e saneamento. Ele passa a se retirar de negócios como a geração de energia, a distribuição de água, o tratamento de esgoto, a coleta de lixo e as telecomunicações.

<sup>5</sup>Doutrina político-econômica derivada dos princípios fundamentais do liberalismo. Suas bases foram lançadas em 1938, durante o Colóquio Walter Lippmann, com a pretensão de adotar o modelo liberal às novas condições do capitalismo no século XX. Um de seus princípios básicos é o monetarismo, que defende o controle da inflação mediante a redução das despesas do Estado e da redução salarial. O texto que deu origem a essa doutrina foi *O caminho da servidão* (1944) do economista austríaco Friedrich Hayek (1899-1992). O neoliberalismo defende a menor intervenção protecionista do Estado na economia, embora devam existir intervenções estatais para regular a ordem econômica de livre concorrência, evitando as tendências monopolísticas. Os dois maiores expoentes do neoliberalismo na política foram o ex-presidente norte-americano Ronald Reagan e a ex-primeira ministra britânica Margareth Thatcher (Alonso, 2000, p.301).

<sup>6</sup>No Brasil, o neoliberalismo foi inaugurado durante o curto mandato de Fernando Collor de Mello (de 15/03/1990 a 2/10/1992, quando foi afastado para responder ao processo de *impeachment*). Nesse período, abriu-se gradativamente o mercado interno às importações e iniciou-se a privatização das empresas estatais produtivas. O neoliberalismo continuou sendo a tônica dos governos seguintes. Em 1994, o

Existiriam, segundo Sodré (2003, p. 39), duas formas da globalização. Uma é a *forma real* em curso, onde a globalização e o mercado favorecem a desigualdade econômica e política em escala mundial, mas também a dimensão intersubjetiva, em que é cada vez mais acirrada a competição pelo trabalho e pela dignidade da existência. No formato, globalização e mercado são os significantes que articularam a construção sociolinguística de uma realidade compatível com a ideologia neoliberal, dissimuladora da concentração do capital financeiro e do mecanismo de desemprego crescente. Finalmente, fora do centralismo financeiro do capital, a globalização tende a impor-se apenas como ideologia e virtualidade. Sua segunda forma é o seu *formato midiático* ou a sua representação social trabalhada pelas “elites logotécnicas” constituídas por jornalistas, financistas, professores, especialistas em marketing, artistas e tecnoburocratas.

Canclini (2001, p. 41-42), ao refletir sobre a globalização, diz que esse processo supõe uma interação funcional das atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo. “As decisões políticas e econômicas

---

Plano Real logrou estabilizar os preços e o governo Fernando Henrique Cardoso impôs o reajuste estrutural padrão, com abertura do mercado interno de mercadorias e de capitais, a privatização das empresas estatais lucrativas e uma ampla desnacionalização do parque industrial e de parte significativa do sistema financeiro. Ocorreu, então, uma crise industrial e agrícola de caráter estrutural, com desemprego em massa e grande vulnerabilidade às crises financeiras internacionais que atingiram a economia quase sem cessar entre 1995 e 1999 (Singer, 2001, p. 116-125).

são tomadas em função das seduções imediatistas do consumo, o livre comércio sem memória de seus erros, a importação afobada dos últimos modelos que nos faz cair, uma e outra vez, como se cada uma fosse a primeira, no endividamento e na crise da balança de pagamentos.”

O que está em causa, segundo Ianni (2003, p. 314), é a busca maior e crescente de produtividade, competitividade e lucratividade, tendo em conta mercados nacionais, regionais e mundiais.

E como se insere o campo da comunicação nesse cenário de governos neoliberais, de aceleração da globalização e de virtualização da economia? No interior dessa cultura pública profundamente influenciada pela nova economia política, a comunicação tem um papel central. Sem um sistema comercial de mídia global, a globalização econômica e cultural seria impossível para promover os mercados globais e encorajar os valores do consumo (Mcchesney, 2003, p. 217).

Na contemporaneidade, as corporações de mídia e entretenimento exercem um papel estratégico. Atuam como agentes operacionais da globalização, do ponto de vista da enunciação discursiva. Não apenas legitimam o ideário global, mas o transforma no discurso social hegemônico, propagando visões de mundo e de modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas. A retórica da globalização intenta incutir a convicção de que a fonte primeira de expressão cultural se mede pelo nível do consumo dos indivíduos (Moraes, 2003, p. 186).

Nesse contexto, a comunicação e o mercado têm sido vistos por alguns autores como pilares nos quais repousaria o sistema do mundo contemporâneo. A mundialização

acelerou a troca de signos graças aos avanços da informática e as mudanças na comunicação que, por sua vez, implicaram na explosão de dois setores: os mercados financeiros e as redes de informação.

Ramonet (2001, p. 67 e 72) classifica o atual sistema como *PPII*: planetário, permanente, imediato e imaterial. Esse modelo central é constituído pelos mercados financeiros, tendo como âmbito o dinheiro. Nessa nova ordem, para os megaempresários de comunicação, o poder econômico vem em primeiro lugar, seguido pelo poder midiático. O poder político não passaria de um terceiro poder.

Os conglomerados de mídia hoje relembram como agentes econômicos globais. De acordo com o banco de investimento Veronis Suhler, os setores de informação e diversão foram os de crescimento mais rápido da economia norte-americana entre 1994 e 2000 – à frente dos mercados financeiro e de serviços (Moraes, 2003, p. 190).

A informação desponta, portanto, como matéria-prima do novo paradigma econômico e tecnológico – que Christopher Freeman, citado por Castells (1999, p. 79), define como um agrupamento de inovações técnicas, organizacionais e administrativas interrelacionadas – que estamos vivendo.

Esse novo paradigma é fundamentado sob a égide do neoliberalismo, modelo que reservou aos mercados financeiros a regulação da vida coletiva e subordinou as políticas públicas – de emprego, renda, crescimento econômico, investimentos e desenvolvimento social – ao objetivo de ajustar as economias nacionais aos mandamentos da globalização e do grande capital. É também o modelo que impulsionou o domínio planetário por megacorporações (Moraes, 2001, p.13).

Uma face importante da realidade política global compreende a formação e a atuação das corporações transnacionais da mídia. Hoje, a indústria da comunicação existe em torno de corporações capazes de operar, ao mesmo tempo, em ramos correlatos ou cruzados, sem limites geográficos ou culturais.

Os megagrupos atuam na forma de corporações-rede, onde exploram ramos conexos de informação e entretenimento. Recorrem a sinergias com o propósito de assegurar diversidade produtiva, conjugar experiências, revigorar os parques tecnológicos e internacionalizar as bases consumidoras. Tentam racionalizar custos, reduzir riscos e perdas e aumentar suas margens de rentabilidade e lucratividade. Acompanham as mudanças conseqüentes da cibercultura<sup>7</sup> (Moraes, 2001a, p. 84).

A organização das empresas de mídia em escala global ganha força expressiva com o aparecimento e o aprimoramento das NTIC. Os grupos de multimídia se fortificam e passam a exercer papel decisivo na formulação, difusão, alteração e legitimação de padrões, valores e instituições na sociedade contemporânea. A formação de oligopólios constitui o atual padrão organizacional das indústrias de mídia e entretenimento.

A concentração multinacionalizada impõe-se como paradigma, alinhando a indústria da comunicação aos setores mais dinâmicos do capitalismo, sob efetiva he-

<sup>7</sup>Emprego de cibercultura na acepção proposta por Pierre Lévy (1999). A palavra designa o conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensar e de valores que se desenvolvem paralelamente ao crescimento do ciberespaço, que, por sua vez, segundo Lévy, é o novo meio de comunicação que emerge da interconexão mundial das redes de computadores.

gemonia dos EUA como pólo de produção e difusão de conteúdos. As transformações no mercado midiático internacional passam a fazer parte do cotidiano das grandes empresas comunicacionais de todo o mundo, inclusive do Brasil.

Assim, a chamada grande mídia fabrica o consenso sobre a superioridade das economias abertas, insistindo que não há saída fora dos pressupostos neoliberais. Aliados ao marketing e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios de comunicação (desde os tradicionais, como jornal, rádio e televisão, até as redes cibernéticas da atualidade) desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia liberal de mercado (Sodré, 2003, p. 35).

### 1.1 As teorias do pós-industrialismo

A discussão sobre o cenário do pós-industrialismo – sociedade da informação, pós-fordismo, pós-modernismo – dá origem a diferentes teorias, que têm muitos pontos em comum. A descentralização e a diversificação figuram com destaque em todas as descrições da nova era (Kumar, 1997, p. 48).

Os teóricos da sociedade da informação tendem a adotar um enfoque otimista, evolucionista, que coloca toda a ênfase em novos e grandes pacotes de inovações tecnológicas. Eles enxergam uma revolução da informação que determina, em toda a parte, mudanças na ordem das relações sociais e de trabalho.

Se a teoria da sociedade da informação enfatiza as forças de produção, a pós-fordista dá mais destaque às relações de produção. A tecnologia perde seu caráter neutro ou inerentemente progressista e é posta em uma matriz de relações sociais, que lhe determi-

nam o uso e aplicação. Este fato não acarreta necessariamente uma visão sombria dos desenvolvimentos atuais.

Os pós-fordistas, diz Kumar (1997, p. 49), tendem a ser radicais de esquerda de vários costumes, situação que pode levá-los a considerar o novo estado de coisas tanto com otimismo quanto com apreensão.

Ao explicar a passagem do fordismo para o pós-fordismo, Slater (2002, p. 180) diz que duas mudanças importantes e relacionadas entre si ocorreram na virada do século: o foco da acumulação de capital “avança”, passando de bens para o produtor a bens para o consumidor; e uma transformação no próprio processo de trabalho ocorrida em função da expansão maciça da produção de bens de consumo.

O fordismo representa um planejamento sistêmico de cada movimento da produção por meio da intensificação da divisão técnica do trabalho. É acompanhado pelo taylorismo. Cada movimento do operário ao realizar uma tarefa é examinado e analisado com a finalidade de eliminar desperdício de esforço e tempo e, mais tarde, de formalizar a análise resultante como norma de produtividade (Slater, 2002, p. 181).

Até o início da década de 1970, a sociedade de consumo é vista como parte de um sistema que superou crises econômicas e ciclos de atividade comercial. A partir do início da década de 1970, tornou-se cada vez mais evidente que esse sistema está atingindo seus limites internos e externos. A resposta para esta situação é, para todos os efeitos, ter “flexibilidade” e “acumulação flexível” (Slater, *ibid.*, p. 184), que são características da transição para o pós-fordismo – associado com fluxos de informações rá-

pidos e interconectados entre os pontos de venda e os fornecedores de materiais.

Agora a empresa não deve empregar apenas a força de trabalho dos operários no sentido tradicional, mas também sua motivação, criatividade, personalidade e, de fato, à medida que entramos na década de 1980, seu caráter empresarial. Ao mesmo tempo, o trabalho flexível (isto é, sem garantias) complementa a tecnologia flexível (Slater, 2002, p. 185), o que Kumar (1997, p. 55) chama de “especialização flexível”, citando a teoria de Piore e Sabel.

Mas a crise da produção em massa é fundamental ao que chamam de “fim do capitalismo organizado”. Para Scott Lash e John Urry, citado por Kumar (1997, p. 56), o capitalismo atingiu na maioria das sociedades ocidentais um estado “organizado” no período transcorrido entre a década de 1870 e a Segunda Guerra Mundial. O capitalismo organizado – que se seguiu ao “capitalismo liberal” – consistia de alguns aspectos conhecidos da sociedade industrial: concentração, centralização e controle de empreendimentos econômicos na estrutura da nação-estado; produção de massa, segundo os princípios fordistas e tayloristas; padrão corporativo de relações industriais; concentração geográfica e espacial de indivíduos e produção em cidades industriais; modernismo cultural.

Já o “capitalismo desorganizado” seria o processo ainda em andamento cujo início variou em diferentes países, mas que, basicamente, começou na década de 1960, e que inverte ou modifica muitos desses aspectos fundamentais. O desenvolvimento de um mercado mundial integrado resultou numa descartelização e desconcentração do capital, conforme visto pela perspectiva da nação-estado. A especialização flexível e

as formas flexíveis de organização do trabalho substituem cada vez mais a produção em massa.

Assim, a classe trabalhadora industrial de massa se contrai e se fragmenta, dando origem a um declínio da política de classe e à dissolução do sistema nacional corporativista de relações industriais. Uma nova classe de serviços separada, originalmente um efeito do capitalismo organizado, tornou-se, em seu desenvolvimento posterior, uma fonte de novos valores e movimentos sociais, que pouco a pouco desorganizam o capitalismo. De acordo com essa teoria, o pluralismo e a fragmentação aumentam em todas as esferas da sociedade. A cultura do pós-modernismo, portanto, substituiria a do modernismo.

Kumar (1997, p. 57) diz que o “capitalismo desorganizado” é vista como uma nova fase do capitalismo, um processo sistemático de reestruturação diante de novas circunstâncias.

Mas os críticos dos teóricos pós-fordistas dizem que o fordismo tem se apresentando sob diversas roupagens tecnológicas e organizacionais e que o que foi saudado como “neofordismo” ou “pós-fordismo” não passaria da mais recente delas e, é bom frisar, não seria última.

Para Corsani (2003, p. 15-17), estaria em evidência o capitalismo cognitivo. No fordismo, segundo ela, a inovação já existia, mas apenas como exceção, pois a valorização repousava essencialmente sobre o domínio do tempo de reprodução de mercadorias padronizadas, produzidas com tecnologias mecânicas. O tempo em questão era um tempo sem outra memória senão a corporal, a do gesto e de uma cooperação estática, inscrita na divisão técnica do trabalho e deter-

minada segundo os códigos da organização científica do trabalho.

Já no pós-fordismo, esta exceção que era a inovação torna-se regra. A valorização repousa então sobre o conhecimento, sobre o tempo de sua produção, de sua difusão e de sua socialização, que as NTIC permitem, enquanto tecnologias cognitivas e relacionais. A um tempo sem memória, tempo da repetição, opõe-se um tempo da invenção, como criação contínua do novo, diz Bergson (1989), citado por Corsani (2003, p. 17).

Lastres & Albagi (1999, p. 8) ressaltam que, do ponto de vista econômico, verificam-se novas práticas de produção, comercialização e consumo de bens e serviços, cooperação e competição entre os agentes, assim como de circulação e de valorização do capital, a partir da maior intensidade no uso de informação e conhecimento nesses processos.

E a comunicação emerge, nesse processo, como fator estratégico nas empresas, ao lado da valorização das atividades imateriais de pesquisa e desenvolvimento, marketing, do design e da formação (Cocco, 2000, p. 86). Hoje, o sistema de produção se identifica com o processo de produção da comunicação social, pois integra a comunicação na produção. Isso significa que a comunicação funciona como a interface entre os comportamentos de consumo e as condições técnicas da produção material (*ibid.*, p. 105-107).

Para Pereira & Herschmann (2002, p. 30), o campo da comunicação responde pelas bases do mundo contemporâneo, pois é através de processos comunicativos que a informação e o conhecimento são produzidos, processados, veiculados e consumidos.

## 2 O jornalismo econômico no pós-fordismo

Após refletir sobre a nova dinâmica da economia mundial e sobre o papel central que o campo da comunicação adquire, voltaremos nosso foco de análise para o jornalismo econômico, nosso objeto de estudo. Isso nos remete à seguinte questão: que mudanças ocorrem nesse subcampo<sup>8</sup> diante desse cená-

<sup>8</sup>Tomamos como ponto de partida o conceito de campo de Pierre Bourdieu. O sociólogo concebeu a noção de campo intelectual como um universo relativamente autônomo de relações específicas. Partindo dessa noção, montou uma teoria geral da economia dos campos, que permite descrever e definir a forma específica de que se revestem, em cada campo, os mecanismos e os conceitos mais gerais (capital, investimento, ganho). Bourdieu (1987) leva em conta a estruturação social como que constituindo um ambiente de campos de poder: como o campo político, o cultural e subcampos intelectuais, como o composto por jornalistas, por escritores e por educadores. O objetivo ao introduzir a noção é perceber a gênese social de um campo, apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, o jogo de linguagem que nele se joga, as coisas materiais e simbólicas que estão envolvidas, para explicar os atos dos produtores e as obras por eles produzidas. Bourdieu (1997) considera o universo do jornalismo um campo, que está sob pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência ou, no caso dos jornais, da venda dos exemplares por meio de assinaturas e em bancas. E esse campo, muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerce, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos, enquanto estrutura. O campo jornalístico impõe sobre os diferentes campos de produção cultural um conjunto de efeitos que estão ligados, em sua forma e em sua eficácia, à sua estrutura própria, isto é, à distribuição dos diferentes jornais e jornalistas segundo sua autonomia com relação às forças externas, às do mercado dos leitores e às do mercado dos anunciantes. Partindo de sua teoria, consideramos, portanto, que o jornalismo econômico pode ser classificado como um subcampo do campo do jornalismo.



rio de um capitalismo em transformação, que Corsani (2003) chama de capitalismo cognitivo?

Para responder, é interessante pontuar as características que diferenciam esse subcampo do jornalismo em geral. Podemos dizer que no “jornalismo genérico” o objeto da informação é quase sempre o que foge às regras, uma anomalia, algo excepcional, e não a norma. As notícias nos informam sobre eventos singulares, descontinuidades, e não modelos e processos.

Já no jornalismo econômico, pelo fato de a economia ser muito mais um processo do que uma sucessão de fatos singulares, processos e sistemas são igualmente objetos de interesses, sendo singularizados pela linguagem jornalística, que os noticia como se fossem episódios.

Mas na cobertura de economia, episódios e processos singulares precisam ser interpretados à luz de processos, leis ou relações econômicas, às vezes conflitantes. Essas relações são quase sempre ignoradas pelo senso comum, já que são formuladas em outro nível de saber: o saber das teorias econômicas (Kucinski, 2000, p. 21).

E como esse subcampo do jornalismo tem se desenvolvido no Brasil nas últimas décadas? E que ideologia perpassaria as práticas dessa área? De onde surgem seus padrões ideológicos?

No jornalismo, normalmente, surgem dos modelos ideológicos dominantes em cada momento, que são os padrões das elites dominantes, conforme a tese consagrada de Marx em *A Ideologia Alemã*. Na ideologia do jornalismo econômico, especificamente, influem muito as teorias econômicas dominantes em cada período.

Os padrões ideológicos do jornalismo,

oriundos dessas teorias, são moldados em boa parte pelos seis grandes jornais do mundo ocidental e pelas duas ou três revistas de circulação mundial: *New York Times*, *Washington Post*, *Le Monde*, *The Guardian*, *Financial Times* e *The Wall Street Journal*. Entre as revistas estão *Times* e *The Economist* (Kucinski, 2000, p. 184).

No jornalismo econômico, *The Economist* ocupa posição-chave, como geradora primária de ideologia, papel que assumiu como proposta editorial e por ser a revista transnacional por excelência, que é lida pela comunidade internacional de homens de negócios.

O traço ideológico mais geral e permanente desses padrões tem sido o da defesa da livre empresa na esfera econômica e da democracia liberal na esfera da política. Apesar de proclamarem independência editorial e objetividade, é natural que ocorra com frequência o colapso da objetividade nesses grandes veículos, especialmente durante as guerras e no tratamento das questões internacionais em geral, entre as quais economia.

Kucinski (*ibid.*) aponta como principais traços permanentes da ideologia do jornalismo econômico a escolha do capital e seu processo de acumulação – e não do homem – como objeto central de preocupação, o otimismo noticioso e o descaso com questões estruturais.

A escolha do capital e não do homem como sujeito de sua história e objeto de suas preocupações decorre da ideologia de livre mercado em suas várias manifestações, desde o marginalismo<sup>9</sup> até o neoliberalismo.

<sup>9</sup>Até a grande depressão nos anos 1930, os economistas diziam que toda economia tendia ao pleno emprego, e só não atingia devido a obstáculos colocados pelos próprios trabalhadores ao funcionamento regular do mercado. O culpado pelo desemprego era a

A opção pela escolha da boa notícia, ao contrário do catastrofismo que caracteriza o jornalismo genérico, se justifica pela natureza do processo econômico, mas tem conotações ideológicas. A imprensa econômica abre seus melhores espaços a notícias consideradas positivas sobre o desempenho da economia e reluta em aceitar as adversidades econômicas.

Kucinski (2000, p. 188) diz que no jornalismo econômico os ciclos expansivos sempre ganham uma sobrevida e as crises são em geral subestimadas. Destacar as crises seria admitir as disfunções do sistema. A propensão ao otimismo exagerado reflete também um *ethos* do empresariado em geral, que apostam nas oportunidades e preferem esquecer depressa as adversidades.

Esse subcampo seria, portanto, displicente no trato de problemas estruturais e crônicos, como a fome, o desemprego, a falta de habitação e transporte, as desigualdades mundiais, a desordem monetária internacional, como se isso tudo desafiasse seus fundamentos ideológicos (Kucinski, 2000, p. 188-189).

Nas últimas décadas do século XX, com o colapso da economia soviética, planejada e estatal, deu-se a vitória ideológica da tese neoliberal, que sacrifica o princípio da solidariedade social sob o argumento de uma suposta eficiência econômica. E o jornalismo econômico teve um papel importante na campanha neoliberal dos anos 90 pelo

---

própria vítima do desemprego, o trabalhador. O raciocínio básico subjacente a essa teoria é o de que sempre haverá emprego a um dado salário. Basta que o trabalhador aceite. Se não existissem sindicatos, que tornam os salários rígidos, haveria sempre pleno emprego, exceto o pequeno desemprego friccional (Kucinski, 2000, p. 134-135).

desmonte do Estado social-democrata. Ele tem uma participação crucial no processo de naturalização da ideologia neoliberal. Como ideologia dominante, encampada pela cobertura jornalística da área econômica, a tese da globalização legitimou a ocupação de novos espaços pelo capital financeiro mundial, especialmente nos países periféricos, sob o argumento de que se trata de um desenvolvimento natural das forças produtivas (*ibid.*).

A difusão generalizada do jornalismo especializado em assuntos de economia na grande imprensa no Brasil está intimamente ligada à reorganização do capitalismo em escala mundial e ao seu desdobramento na economia brasileira a partir da década de 1950. A prática da cobertura dessa área se fortalece no Brasil principalmente a partir do final da década de 1960, se identificando com o modelo de desenvolvimento econômico do país (Quintão, 1987).

## 2.1 As mudanças no final do século

Ao refletir sobre as transformações do jornalismo econômico para se adaptar a uma conjuntura de emergência do capitalismo cognitivo, verificamos três momentos importantes: passa de um jornalismo que servia ao regime militar fazendo propaganda econômica do governo para um “jornalismo pedagógico” e voltado para os cidadãos nos anos 1980 e, na década seguinte, a serviço da economia virtual e do mercado.

Depois da redemocratização do Brasil, em 1985, com a eleição de Tancredo Neves à presidência e, sobretudo, ao longo do traumático processo de tentar estabilizar a moeda, que tomou os dez anos seguintes, a im-

prensa econômica vai se especializando cada vez mais.

Basile (2002, p. 75) explica que isso era necessário para que o público entendesse a complexidade das questões envolvidas nas tentativas de proceder à estabilização da moeda; entender como e por que o Brasil tinha quebrado, nos idos de 1981; quais as novas condições da retomada do crescimento e, sobretudo, por que o país era uma nação tão injustamente dividida entre ricos e pobres.

A democratização foi também um movimento de ampliação do espaço da imprensa econômica de maneira geral. Basile (*ibid.*) destaca que as redes de televisão, que pouco espaço davam à economia, passaram a preocupar-se seriamente com o tema. Publicações segmentadas como *newsletters* e revistas especializadas para cada setor de atividade econômica começaram a surgir.

Assim, com os repetidos pacotes econômicos implementados a partir da década de 1980, tornou-se vital no cotidiano das pessoas o jornalismo de serviços. A implementação dos diferentes planos mexia com o cotidiano. E a partir dessa sucessão de planos podemos dizer que foram ficando claras duas funções que o jornalismo econômico assumiu diante desses eventos: noticiar (e antecipar os fatos e dar furos) e informar pessoas e empresas sobre os caminhos do dinheiro.

Kucinski (2000, p. 16) registra que o jornalismo de serviços vai se expandir a partir dos desdobramentos da crise do “milagre econômico” primeiro, com a alta do petróleo; depois, com as greves operárias, e a profunda recessão dos anos 1980; e finalmente a alta dos preços. A inflação vai alimentar esse tipo de jornalismo, voltado aos problemas econômicos e financeiros de seus leitores de classe média, tais como prestações da casa

própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que, de certa maneira, tenta recolocar o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística. Um dos eventos da história recente do país que teve importância para o crescimento da imprensa econômica foi o confisco da poupança empreendido pelo presidente Fernando Collor de Mello em 1990. Explicar as consequências desse plano para os cidadãos foi uma oportunidade para os veículos. Investiu-se muito na cobertura econômica e de negócios e, sobretudo, na explicação dos vetores que afetam as finanças das pessoas. Os jornais diários passaram a abrir seções de finanças pessoais para seus leitores e novos canais de comunicação começaram a se estabelecer com o público. Na década de 1990, a imprensa econômica vai valorizar ainda o uso de matérias acompanhadas de tabelas, gráficos e infográficos para tornar ainda mais didática a notícia de economia e para acompanhar os novos hábitos de um leitor que também vai buscar notícias econômicas na Internet<sup>10</sup>. É a época da informatiza-

<sup>10</sup>A rede mundial de computadores chegou ao Brasil como Internet comercial na década de 1990 e o impacto de uma nova mídia eletrônica gerou a adoção de dois conceitos que pautam hoje o planejamento das empresas de comunicação: a produção de conteúdo independente do meio, que leva os conglomerados de comunicação a reaproveitar o mesmo material em diversas mídias e produtos, e a possibilidade de convergência dos meios que operam hoje de modo independente, como a televisão, o rádio e a Internet. Os anos 1990 representaram justamente o momento histórico em que a nova cultura de comunicação começou a tomar forma no século XX. Um sistema de comunicação eletrônica começou a ser formado a partir da fu-

ção das redações.<sup>11</sup>

E o jornalismo econômico foi ganhando importância com o advento das NTIC e aumento da velocidade da informação. Ele vai servir cada vez mais à economia virtual porque os fluxos de informação são tão rápidos, abundantes e vigorosos que passado e futuro passaram a ficar comprimidos em percepções sintetizadas no presente. No mundo de hoje, os mercados financeiros fazem a mediação entre as percepções sobre o futuro, a soma dos diagnósticos e de prognósticos.

Nessas transformações que atingem esse subcampo no final do século, verifica-se, portanto, que ele serve ao formato discursivo da ideologia neoliberal, e, nesse contexto, serve aos interesses das classes dominantes. Por conta disso, falha na abordagem de assuntos importantes, como o emprego, por exemplo, num viés otimista demais.

Esta questão do emprego, ou melhor, de sua escassez, fez surgir, inclusive, na úl-

---

são da mídia de massa personalizada globalizada com a comunicação mediada por computadores. O sistema multimídia caracteriza-se pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação em uma rede interativa (a formação de um supertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana) e interatividade potencial. Este sistema é considerado por Castells (1999, p. 354) como que constituindo uma nova forma de cultura, a cultura da virtualidade real, fruto do novo sistema de comunicação, mediado por interesses sociais, políticas governamentais e estratégias de negócios.

<sup>11</sup>De 1986 a 1990 os principais jornais brasileiros instalaram na redação e na área dos classificados sistemas integrados de computadores. Até 1990 o jornalismo impresso fez investimentos de US\$ 100 milhões em novas tecnologias, conforme estimativa da Associação Nacional de Jornais. Isto representou, segundo Bahia (1990, p. 390), “a maior revolução industrial da imprensa brasileira em todos os tempos”.

tima década do século passado, um novo segmento de jornalismo oriundo do desdobramento do jornalismo econômico: a cobertura de temas relacionados a oportunidades de emprego e a organização da vida profissional.

Esse “novo” segmento jornalístico de “concursos e oportunidades de empregos” serve aos interesses da comunicação de empresas e seus discursos que fazem apologia ao trabalhador do tipo “flexível”, ou seja, do trabalhador que precisa se adaptar constantemente para sobreviver em um mercado cada vez mais instável e marcado pelo avanço tecnológico, convergência multimídia e acelerada globalização econômica.

O avanço do neoliberalismo como modelo dominante acabou sepultando o sindicalismo e a existência do chamado “exército de reserva” faz com a preocupação em ter um emprego seja mais importante do que qualquer outra coisa nas diversas áreas. E isso alimentou o surgimento desse novo nicho de mercado, para usar um jargão do *ethos* do empresário, que é o leitor em busca de informações sobre emprego ou de como ser um profissional com maiores chances de “empregabilidade”.

E, como os jornais são empresas em busca de aumentar as vendas de seus veículos, enxergaram nessa necessidade de sobrevivência uma forma de vender mais notícias sobre esse assunto, alimentando os leitores com informações sobre concursos e cursos, sobre como se comportar e se vestir em uma entrevista ou sobre as novas e promissoras áreas onde podem surgir novas vagas.

Mas, nesse contexto, o jornalismo econômico falha em não promover uma discussão mais profunda sobre questões cruciais para o desenvolvimento econômico-social do país,

como a questão do trabalho, cada vez mais imaterial no regime pós-fordista, a constante diminuição no número de empregos e a necessidade de buscar novas alternativas ou formas de remuneração.

No pós-fordismo, o ciclo do trabalho imaterial é pré-constituído por uma força de trabalho social e autônoma, capaz de organizar o próprio trabalho e as próprias relações com a empresa. A categoria clássica de trabalho se demonstra absolutamente insuficiente para dar conta da atividade do trabalho imaterial (Lazarrato & Negri, 2001, p. 26-27).

O capitalismo moderno, centrado sobre a valorização de grandes massas de capital fixo material, é cada vez mais rapidamente substituído por um capitalismo pós-moderno centrado na valorização de um capital dito imaterial, qualificado também de “capital humano”, “capital conhecimento” ou “capital inteligência”.

Gorz (2003, p.15) diz que o trabalho abstrato simples, que, desde Adam Smith, era considerado como fonte de valor, é agora substituído por trabalho complexo. O problema é que o trabalho não é mais mensurável segundo padrões e normas preestabelecidas. Ocorreria o retorno ao trabalho como prestação de serviços.

O regime salarial, na visão de Gorz (*ibid.*, p. 24), deve desaparecer, tal como anunciavam, desde o início dos anos 1990, Charles Handy e William Bridges, alguns dos primeiros a fazê-lo. Nessa concepção, haverá apenas empresas individuais de prestação de serviços individuais.

A visão neoliberal do futuro do trabalho envolve, portanto, a abolição do regime salarial, auto-emprego generalizado, subsunção de toda pessoa, de toda vida pelo capital. Gorz (*ibid.*, p. 25) ressalta que essa

visão ignora a precariedade, a descontinuidade, os azares que pesam sobre todo trabalho. E o jornalismo econômico poderia ampliar sua cobertura para um debate mais consistente sobre a questão do emprego, sem propagar o mito de que é ainda será possível no atual sistema a criação suficiente de vagas.

Nesse sentido, o jornalismo econômico, a serviço da ideologia neoliberal, ajuda a propagar seus mitos. Ianni (2003, p. 324-325) diz que prevalecem no atual cenário as teorias ou os mitos do “individualismo metodológico” e da “escolha racional”. Supõe-se que o indivíduo é o ator e agente por excelência da organização e funcionamento da sociedade, a começar pela economia ou o mercado. Supõe-se que o indivíduo tende predominantemente a agir de modo racional, próprio, deliberado, com relação aos seus interesses, à realização dos seus objetivos. E que agirá mais ou menos racionalmente, conforme a soma das informações de que dispõe, tendo naturalmente em conta as escolhas racionais que também poderão estar realizando os outros indivíduos situados no mesmo contexto, com base nas informações de que dispõem.

São mitos, segundo Ianni, que dizem algo sobre as ações e relações sociais entre alguns contextos sociais, mas principalmente no mercado, no processo de compra e venda de mercadorias reais e imaginárias; e se transferem do mercado para praticamente todos os outros contextos sociais, vistos ou constituídos com base no modelo de mercado. “Desde que se desenvolva essa construção, uma espécie de ‘tipo ideal’, logo se passa a preconizar o individualismo por todos os cantos do mundo.”

### 3 Considerações finais

Neste texto, discutiu-se a nova dinâmica econômica mundial (chamada de pós-industrialismo, pós-fordismo, sociedade da informação, pós-modernismo). Nesse percurso, ressaltou-se que a comunicação hoje ocupa um papel central. Mas sobre o jornalismo econômico – nosso objeto de estudo dentro deste contexto – cabe ainda apontar mais traços ou problemas de sua prática.

A história do jornalismo econômico brasileiro foi fundamentada sob a égide do regime militar e sua prática carrega traços dessa fase da história brasileira. Kucinski (2000, p. 189-192) aponta cinco principais traços que constituiriam a mentalidade do jornalismo econômico do Brasil. O primeiro é classificado por ele como o consensualismo e trata-se de um traço geral da cultura política do país, que exige o consenso em torno dos interesses dominantes, e não considera legítima a divergência.

O dogmatismo seria o segundo. Em alguma medida, está presente em todo o jornalismo econômico devido à influência de economistas que repetem teses antigas já invalidadas como verdades reveladas, especialmente as teses do monetarismo. Manifesta-se no reducionismo da discussão, no desprezo pelo factual e no pouco trabalho analítico.

O terceiro traço é a ingenuidade. Ao contrário do jornalismo econômico dos grandes centros mundiais, que usa uma linguagem agressiva para descrever um mundo de negócios feito de disputas, golpes e rivalidade, o jornalista brasileiro insistiria em descrever o mundo dos negócios como uma história de contos de fadas em que só há encantamentos.

Os dois últimos traços são o entreguismo

e o deslumbramento. Esse subcampo assume a defesa dos interesses estrangeiros, tanto na sua visão geral dos processos econômicos, como em histórias específicas, ao mesmo tempo em que apresenta-se de maneira deslumbrada perante as grandes empresas e os grandes empresários e banqueiros, e isto pode ser visto nas atitudes subservientes e acríticas. Os grandes empresários são reverenciados pelo jornalismo. Mais recentemente alguns empresários passaram a ocupar espaço fixo em jornais, como colunistas.

Outros jornalistas, que atuaram por anos na cobertura de economia, apontam outros problemas como falhas mais graves. O jornalista Aloysio Biondi, que atuou na área de economia de 1967 até a sua morte, em julho de 2000, ao falar sobre o assunto em 1998, disse que um de seus problemas mais graves foi que ele “nunca esteve tão vergonhosamente atrelado ao governo”.<sup>12</sup>

A qualidade do jornalismo econômico, segundo Biondi, ficou comprometida porque as empresas jornalísticas haviam fechado, na época, com o governo Fernando Henrique Cardoso, não só pela onda neoliberal, mas também por causa da privatização das telecomunicações.

O jornalismo de economia, para ele, seria semelhante ao policial, por ser fragmentado. Ele privilegiaria o momento de recorde e o momento de grande crise e depois não daria ao leitor/telespectador a devida contextualização.

Para Luís Nassif (2003), já faz muito tempo que a economia é apresentada como uma ciência mágica, capaz de transportar o

<sup>12</sup>Entrevista à Revista Caros Amigos. Disponível no site [http://carosamigos.terra.com.br/outras\\_edicoes/grandes\\_entrevistas.asp](http://carosamigos.terra.com.br/outras_edicoes/grandes_entrevistas.asp). Acesso no dia 12 de outubro de 2003.

país para o progresso, sem esforço, e o jornalista econômico como o sujeito que usava o jargão econômico para se valorizar ou escrevia fácil sem explicar.

Desde os anos 1970, ressalta Nassif, o jornalismo econômico ajudou a montar a fantasia do saber mágico, pairando acima da realidade do país e das pessoas. “Ajudamos a vender a fantasia do ‘milagre’, período em que todo empresário era tratado como uma ‘raposa felpuda’ que sabia tudo e tinha todas as virtudes.”<sup>13</sup>

Sobre o desenvolvimento desse subcampo nas duas últimas décadas do século XX, Nassif analisa que, nos anos 80, o jornalismo econômico ajudou a “vender a morfina dos pacotes econômicos milagrosos”. Ele teria desviado a atenção nacional dos temas fundamentais, da educação, saúde, da gestão, da inovação, “tudo trocado pela mística dos pacotes, pelo sebastianismo que atribuía a algumas pessoas o condão de transformar a vida nacional”.

Nos anos 90, segundo ele, esse subcampo se deixou seduzir pela miragem da abertura financeira indiscriminada, pelos sofismas de que a criação de vulnerabilidade externa atrairia capital volátil, que, por si, atrairia o capital de investimento. “Ajudamos a vender o peixe de que, reduzindo a aposentadoria, os repasses para Estados e municípios, impondo um arrocho fiscal sem precedente, se abririam as portas do desenvolvimento para o país.”

O problema é que, muitas vezes, os jornalistas de economia e as empresas deixaram e ainda deixam de lado aspectos fundamentais da construção do país, o respeito

<sup>13</sup>Cf. *O jornalismo econômico*, artigo publicado na *Folha de São Paulo* em 17 de setembro de 2003.

ao seu povo, a compreensão da sua história, o entendimento da sua cultura, a análise dos seus personagens e agentes econômicos, para substituí-los pela superficialidade das análises diárias de mercado.

O foco do jornalismo econômico, enfim, teria de ser a defesa dos valores que, levando ao desenvolvimento, ajudem o país a sair de sua condição de miséria. Os jornais e os jornalistas, de maneira geral, e, principalmente, os especializados em economia, têm de explicar criticamente, questionar as afirmações econômicas, conferir o que é consistente e denunciar a burla e a farsa e não apenas reproduzir o que as fontes dizem.

#### 4 Referências Bibliográficas

- ABREU, Alzira A. *Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática*. In: ABREU, Alzira A., LATTMAN-WELTMAN, Fernando & Kornis, Mônica Almeida. *Mídia e Política no Brasil – jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- ALONSO, José Antônio Martínez. *Dicionário de História do mundo contemporâneo*. Espírito Santo: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES), 2000.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. Volume 1. São Paulo: Editora Ática S.A., 1990.
- BOURDIEU, Pierre. *Campo do poder, campo intelectual e habitus de classe*. In: *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1987.

- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão – seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos*. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1999.
- COCCO, Giuseppe, GALVÃO, Alexander Peter & SILVA, Gerardo (orgs.). *Capitalismo cognitivo – trabalho redes e inovação*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.
- BASILE, Sidnei. *Elementos do jornalismo econômico*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos – conceitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 4ª edição, 2001.
- CORSANI, Antonella. *Elementos de uma ruptura: a hipótese do capitalismo cognitivo*. In: COCCO, Giuseppe, GALVÃO, Alexander P. & SILVA, Gerardo (orgs.). *Capitalismo cognitivo – trabalho redes e inovação*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.
- GORZ, André. *O imaterial*. Rio de Janeiro: Annablume, 2003.
- IANNI, Octavio. *Neoliberalismo*. In: *Capitalismo, violência e terrorismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo econômico*. SP: Editora da USP, 2000.
- KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- LASTRES, Helena e ALBAGI, Sarita (orgs.). *Informação, Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Campus, 1999.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- MCCHESENEY, Robert W. *Mídia global, neoliberalismo e imperialismo*. In: MORAES, Dênis de (org). *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.
- MORAES, Dênis de. *O capital da mídia na lógica da globalização*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.
- MORAES, Dênis de. *Mutações Comunicacionais na era digital*. In: *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. Vol. III Nº2, dezembro de 2001 (a).
- MORAES, Dênis de. *O concreto e o virtual – mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- NASSIF, Luís. *O jornalismo dos anos 90*. São Paulo: Futura, 2003.
- NASSIF, Luís. *O jornalismo econômico*. Artigo publicado no jornal *Folha de São Paulo* em 17 de setembro de 2003.



PEREIRA, Carlos Alberto M. e HERSCHMANN, Micael. *Comunicação e Novas Estratégias Organizacionais na Era da Informação e do Conhecimento*. In: *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo, UMESP, n. 32, 2002, p. 27-42.

QUINTÃO, Aylê-Salassiê Figueiras. *O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964*. Rio de Janeiro: Agir, 1987. RAMONET, Ignacio. *Geopolítica do caos*. Editora Vozes, 2001.

RAMONET, Ignacio. *Geopolítica do caos*. Editora Vozes, 2001.

SINGER, Paul. *Evolução da economia e vinculação internacional*. In: *Brasil: um século de transformações*. Organização: Ignacy Sachs, Jorge Wilhelm e Paulo Sérgio Pinheiro. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis – Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. *O globalismo como neo-bárbarie*. In: *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*. Denis de Moraes (org.). Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.