

UMA ANÁLISE ESTRUTURAL DO JORNALISMO ECONÔMICO

Julien DUVAL*

RESUMO: Este texto analisa um estudo sociológico realizado sobre jornalismo econômico na França por volta do ano 2000. Primeiramente, apresenta as principais conclusões e resultados da pesquisa. Em seguida, oferece uma análise reflexiva da perspectiva que levou a essas conclusões. Reconhecendo a influência do trabalho de outros pesquisadores na mesma época sobre essa perspectiva, o texto busca caracterizá-la teoricamente. As escolhas metodológicas feitas durante a pesquisa também são discutidas, escolhas que respondem tanto o arcabouço teórico da perspectiva desenvolvida quanto os desafios encontrados durante a investigação do jornalismo econômico.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo econômico. Sociologia do jornalismo. Teoria dos campos. Visões de Mundo.

Neste texto, gostaria de revisitar a pesquisa que realizei sobre jornalismo econômico na França no final da década de 1990 e início dos anos 2000¹, explicando, em consonância com o objetivo desta edição da revista *Estudos de Sociologia*, a perspectiva que desenvolvi tanto no plano teórico quanto no empírico. O fato de a pesquisa ter sido realizada há mais de 20 anos pode não ser particularmente relevante, visto que poucos trabalhos foram feitos na França desde então (Guilbert, 2011; Machut, 2019; Castelanelli, 2021), e as principais linhas de análise que desenvolvi na época provavelmente permanecem válidas até hoje. O clima político e ideológico certamente não mudou drasticamente. A passagem do tempo, contudo, permitiu-me dar um passo atrás e caracterizar a perspectiva que desenvolvi sobre o jornalismo econômico. Certas características (importantes) dessa perspectiva respondiam a

* Doutorado em Sociologia pela Escola Superior de Estudos Sociais (EHESS). Centro Nacional de Pesquisa Científica (CNRS), afiliado ao Centro Europeu de Sociologia e Ciência Política (CNRS-EHESS-Universidade de Paris 1). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4284-6170>. E-mail: jduval@msh-paris.fr.

¹ Esta pesquisa foi publicada principalmente em francês em um livro: (Duval, 2004).

dinâmicas que transcendiam minha pesquisa e nas quais me envolvi espontaneamente, sem concebê-las como “vieses” deliberados. Provavelmente eu não teria sido capaz de articulá-las completamente na época em que a pesquisa foi realizada.

Minha principal preocupação talvez não fosse tanto desenvolver uma perspectiva original sobre o jornalismo econômico, mas sim explorar esse campo aparentemente pouco estudado sob um ponto de vista sociológico. Quando iniciei este trabalho na década de 1990, havia pouquíssima pesquisa sobre jornalismo econômico na França e, como mencionado, isso não mudou consideravelmente. Diversas hipóteses podem ser levantadas para explicar esse fenômeno. Os economistas franceses demonstram pouco interesse pelos jornalistas econômicos, sem dúvida porque a informação que produzem ou disseminam é considerada um ativo intangível. Vale ressaltar também que, no modelo de concorrência perfeita, o fluxo de informação é considerado irrestrito; portanto, não aparece como um “problema” que exija estudo. Além disso, o jornalismo econômico atrai pouco interesse de sociólogos, cientistas políticos ou especialistas na área transdisciplinar conhecida como “ciência da informação e da comunicação”. O estudo do jornalismo, de fato, está dividido entre essas três disciplinas. Nas duas primeiras, o jornalismo ocupa um lugar um tanto marginal, cada uma tendendo a considerá-lo domínio da outra. Os cientistas políticos tendem a considerar os jornalistas como detentores de um poder relativamente secundário em comparação com o exercido por parlamentares ou altos funcionários públicos — que supostamente exercem um considerável “controle” sobre os jornalistas — e, portanto, consideram-nos uma prioridade menor para estudo. Poucos sociólogos, por sua vez, se interessam por jornalismo. Um foco primordial da sociologia permanece, sem dúvida, a classe trabalhadora, os problemas que são enquadrados como “problemas sociais” no debate público. Os sociólogos interessados nas elites são poucos e tendem a se concentrar em líderes empresariais ou nos ricos. Da mesma forma, o jornalismo ocupa um lugar periférico na “sociologia da cultura”. Em geral, é pouco estudado e, quando o é, os pesquisadores, inclusive nas ciências da informação e da comunicação, raramente se interessam pelo jornalismo econômico, que provavelmente lhes parece um pouco desagradável (e menos atraente do que, por exemplo, o jornalismo político).

Foi preciso um conjunto específico de circunstâncias para que eu me interessasse por ele. A situação no final da década de 1990 certamente desempenhou um papel importante ao desencadear minha pesquisa e moldar sua forma. O colapso da União Soviética na Europa, a ideia de que “o capitalismo havia vencido” ou que “não havia alternativa”, e a ascensão do neoliberalismo, simbolizada pela chegada ao poder, no início da década de 1980, de Ronald Reagan e Margaret Thatcher à frente de duas grandes potências, tornaram as pessoas extremamente conscientes de como a economia era tratada e discutida na mídia. O desenvolvimento do jornalismo econômico na França desde a década de 1980 chamou a atenção. Às vezes, era

percebido como uma espécie de conversão ao jornalismo anglo-saxão. A mídia, em geral, suscitava reflexão crítica porque a forma como a informação era tratada estava passando por rápidas mudanças, com o surgimento de canais de televisão privados (que só apareceram na França em 1984) e, logo depois, os primeiros canais de notícias 24 horas. Além disso — e voltarei a este ponto — meu interesse pelo jornalismo econômico não é alheio ao fato de que, pelo menos no centro de pesquisa onde eu trabalhava, estava surgindo um novo interesse, por um lado, na mídia e, por outro, na sociologia econômica.

Tentarei delinear a perspectiva que desenvolvi sobre o jornalismo econômico, tendo em mente que, pelas razões já mencionadas, não a formulei previamente e não estava plenamente consciente dela durante o trabalho. Certos aspectos da minha pesquisa resultaram de processos automáticos ou desenvolvimentos que ocorreram ao meu redor. Por essa razão, começarei discutindo essa perspectiva por meio das análises que ela gerou. Em seguida, tentarei caracterizá-la em termos de orientação teórica e métodos de pesquisa; também abordarei algumas das dificuldades encontradas durante a pesquisa, que também decorreram da perspectiva que adotei.

Uma análise do jornalismo econômico na França.

Eu poderia resumir minha pesquisa dizendo que ela consistiu, por um lado, em questionar a visão da economia que era veiculada na mídia francesa na época da minha pesquisa e, por outro lado, em relacionar essa visão aos diferentes tipos de restrições que eram impostas ao jornalismo econômico.

A visão jornalística da economia

A primeira parte da pesquisa consistiu em demonstrar que a cobertura jornalística da economia adere a uma série de princípios que, embora sujeitos a algumas exceções, possuem validade geral. De fato, apesar de alguns casos atípicos — mas marginais no campo jornalístico — como, por exemplo, o jornal diário *L'Humanité*, há muito considerado “o órgão do Partido Comunista Francês”. Na época da pesquisa, o jornalismo econômico apresentava um alto grau de homogeneidade entre os veículos de comunicação que ocupavam as posições mais elevadas no mundo jornalístico, devido à sua ampla audiência e/ou à autoridade que detinham (eram amplamente lidos em outras redações (econômicas) e citados regularmente por seus colegas). Uma lista de veículos de comunicação que atendiam a um ou ambos os critérios poderiam ser elaborada: as principais redes de televisão e emissoras de rádio (TF1, France 2, France Inter, Europe 1, RTL, France Info), os principais jornais de interesse geral (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Express*, e outros).

Nesses meios de comunicação, a cobertura diária da economia reflete uma visão de mundo que, embora aparentemente óbvia (tornou-se muito familiar para nós), permanece bastante particular. Ela se baseia, por exemplo, na premissa de que “a economia” pode ser isolada, sem prejuízo, do restante da atividade humana. Estamos, portanto, acostumados à existência de veículos de comunicação, páginas e jornalistas que, especializados em economia, cobrem “notícias econômicas”. e somente dela. “A economia” (ou, mais precisamente, o que a mídia chama de economia), no entanto, está longe de ser um campo autossuficiente. Como os sociólogos nos lembram regularmente, os dados comumente considerados “econômicos” não podem ser explicados apenas por fatores “econômicos”. Um preço, por exemplo, não resulta apenas da relação econômica entre oferta e demanda; sua formação também envolve as crenças e os gostos de grupos sociais, as tendências da moda e a dinâmica do poder político. Aplicada ao discurso jornalístico, essa observação implica, por exemplo, que um leitor que deseje compreender plenamente o preço do petróleo e suas flutuações faria bem em não limitar sua leitura às páginas “econômicas”, mas também consultar as páginas “internacionais”.

Considerada um campo distinto na mídia, a “economia” é, em particular, quase sempre separada das “questões sociais”. Por volta de 2000, quase não havia grandes veículos de comunicação na França que, como o *Le Monde* na década de 1970, tivessem uma seção “econômica e social” e, por exemplo, a cobertura das reivindicações subjacentes a uma greve com uma análise da situação econômica. Com raras exceções, a mídia separava “economia” e “questões sociais”. O mesmo jornal podia, portanto, comentar, em sua seção de economia, a estratégia de uma empresa de eliminar empregos e, em sua seção “social” (que era, aliás, muito menor em termos de espaço), discutir o “desemprego” e suas consequências “humanas”. Essa separação entra em contradição com muitas teorias econômicas que conciliam “o econômico” e “o social”: a demonstração é bastante óbvia para o socialismo e o keynesianismo, mas mesmo líderes políticos que se declaram abertamente liberais na área econômica fazem questão de especificar que suas recomendações não são benéficas apenas para “a economia”, mas também “do ponto de vista social”.

A separação entre “economia” e “questões sociais” dita uma série de distinções nos jornais: por exemplo, a distinção entre “imobiliário” (considerado parte da esfera econômica, abrangendo flutuações de preços, condições de mercado, oportunidades de compra e até mesmo ganhos de capital potenciais) e “habitação” (considerado pertencente às seções sociais ou políticas). Se um leitor que deseja compreender certos fenômenos econômicos importantes (como o preço do petróleo e suas flutuações) ou obter uma perspectiva política sobre a vida econômica e social não se satisfaz apenas com as páginas de economia dos jornais diários, é porque ele está pedindo a essas páginas que cumpram um objetivo que lhe é cada vez mais estranho. No passado, um objetivo educacional ou político pode ter motivado as

seções de economia de grandes jornais, como o *Le Monde* na década de 1970, mas também, em certa medida, de uma revista especializada como *L'Expansion*. Os jornalistas, mais do que hoje, recorriam a figuras como acadêmicos, sindicalistas ou políticos eleitos que ofereciam uma perspectiva acadêmica ou política sobre a economia. Esses objetivos podem ter persistido até a década de 1990, mas foram relegados a um segundo plano (no *Le Monde*, por exemplo, a um suplemento semanal). Com algumas exceções, o principal objetivo da imprensa econômica (suas páginas ou seções) é menos informar o público em geral do que fornecer aos agentes econômicos informações consideradas úteis em suas atividades comerciais. Nesse sentido, o sucesso das seções econômicas durante as décadas de 1980 e 1990 foi simbólico: elas proliferaram no rádio e apareceram em jornais onde não existiam anteriormente (*Libération*), mas permaneceram quase sempre voltadas para poupadores e líderes empresariais.

Em grande medida, o jornalismo econômico consiste em fornecer informações a agentes econômicos: tomadores de decisão, executivos de empresas, poupadores ou (particularmente na mídia de interesse geral) consumidores comuns. Publicações financeiras frequentemente praticam o jornalismo consultivo. Na década de 1990, notadamente após o sucesso da revista mensal *Capital*, questões práticas (“Onde você deve investir seu dinheiro?”, “Quais empresas oferecem os melhores salários?”, “Imóveis: Devo comprar?”) ganharam destaque na imprensa econômica francesa, em detrimento de questões gerais de macroeconomia ou política econômica. O jornalismo econômico tendeu a adotar e naturalizar a perspectiva de um agente econômico. Por exemplo, abraçou o cinismo racional dos líderes empresariais quando, diante de um plano de demissões, simplesmente questionou se ele representava ou não uma decisão sensata, considerando a posição da empresa no mercado. Suas incursões em áreas ou instituições que não podiam ser reduzidas a questões puramente econômicas mostraram, por sua vez, que o jornalismo se definia principalmente por um ponto de vista reducionista. Durante essas incursões, não era incomum que jornalistas reduzissem, por exemplo, questões de saúde ou educação a considerações de custo, ou uma atividade como a publicação a questões de faturamento e best-sellers.

Para resumir esses pontos, baseei-me em uma observação do sociólogo Michael Schudson, que fez a seguinte constatação sobre a mídia americana:

Na primeira página, os jornalistas respondem à pergunta do leitor: “O que aconteceu no mundo hoje que eu preciso saber *como cidadão*, membro de uma comunidade, de um país, do mundo?” Nas páginas de negócios, os jornalistas partem do pressuposto de leitores que perguntam: “O que aconteceu no mundo hoje que eu preciso saber *como acionista* para proteger ou melhorar meus interesses financeiros?” (Schudson, 1996, p. 14).

Uma forma semelhante, embora ligeiramente diferente, de resumir a primeira parte da pesquisa seria dizer que o jornalismo econômico, tal como é praticado hoje em França, apresenta, na maioria das vezes, uma visão do mundo econômico baseada em princípios alinhados com o liberalismo que atualmente domina a esfera política. O jornalismo econômico por vezes transmite um discurso ideológico explícito, mas, mais frequentemente, segundo uma distinção feita por Pierre Bourdieu², trata-se de um discurso da ordem de uma *doxa*, e esta *doxa* está ligada a categorias, a uma visão do mundo específica do campo econômico. Cada campo, na medida em que se organiza em torno das suas próprias questões particulares (consideradas centrais, mesmo que sejam secundárias, ou mesmo completamente ignoradas, noutros espaços sociais), é de facto acompanhado pela sua própria visão do mundo singular.

A dependência do jornalismo no campo econômico

Mas a adoção dessa perspectiva, mais a de um “agente econômico” do que a de um cidadão ou acadêmico, não é resultado de uma escolha feita por jornalistas econômicos. Ao contrário, parece ditada pela forte dependência do jornalismo em relação ao mundo econômico. Essa subordinação, fonte de restrições para os jornalistas, intensificou-se nos últimos tempos.

O jornalismo econômico está, em certo sentido, imerso no mundo econômico. Em primeiro lugar, é quase sempre praticado no âmbito de empresas privadas, além disso, pertencentes, pelo menos em parte, a grupos capitalistas. Essa característica não é nova, mas intensificou-se consideravelmente na França desde a década de 1980. Na televisão, o surgimento de canais privados reduziu o papel do Estado. Grupos capitalistas também adquiriram participações significativas em jornais que, no início da década de 1980, ainda eram concebidos como “empresas dirigidas por jornalistas” (*Libération* ou *Le Monde*). De maneira mais geral, um movimento de reestruturação na mídia impressa limitou a influência de grupos cuja única atividade é o jornalismo. Os veículos de comunicação agora são frequentemente propriedade de grupos para os quais o jornalismo não é sua atividade principal. Esses grupos, portanto, são menos propensos do que aqueles cuja única atividade é o jornalismo a considerar a “informação” como uma mercadoria econômica específica. Além disso, seus interesses, investidos em diferentes setores, eram ainda mais propensos a entrar em conflito com as informações veiculadas nas seções de negócios. Os principais veículos de comunicação não apenas são frequentemente propriedade de grupos capitalistas, como também obtêm uma parcela vital de sua receita publicitária de grupos semelhantes. Por fim, as fontes dos jornalistas de negócios são, muitas

² Veja, por exemplo (Bourdieu, 2015 e 2016).

vezes, os executivos de grandes empresas (ou seus departamentos de comunicação). A prática do jornalismo de negócios, portanto, parece inseparável de uma série de trocas com o poder econômico.

É claro que esse fato não escapa aos jornalistas, mas aqueles que geralmente falam sobre sua profissão costumam argumentar que essa colaboração não tem grande efeito na cobertura de notícias econômicas: ela é geralmente considerada “neutra” e “objetiva”. Exemplos ilustram esse argumento. Pode acontecer de um veículo de comunicação publicar informações desfavoráveis aos interesses de um de seus proprietários ou de um grande anunciante. Da mesma forma, muitos jornalistas relatam que, em circunstâncias específicas, sua redação cobriu um assunto sensível “livremente”, mesmo correndo o risco de entrar em conflito com um acionista ou perder uma parte significativa do orçamento publicitário. Essas anedotas, que lisonjeiam a honra profissional, obscurecem os contraexemplos, cuja existência é igualmente comprovada (e que alguns jornais podem tornar públicos dedicando um artigo à suposta pressão ou censura sofrida por um colega).

Mas esses contraexemplos não são as únicas objeções à tese da “liberdade” e “neutralidade” do jornalismo econômico. Essas pressões e censura são, na verdade, apenas uma manifestação de uma dependência multifacetada. As fontes, por exemplo, têm interações pessoais com jornalistas econômicos, mas geralmente não exercem poder direto sobre eles. No entanto, são frequentemente tentadas a adquirir esse poder criando relações de obrigação (presentes oferecidos a jornalistas ou cortesia excessiva são, como sabemos, duas estratégias comumente usadas por empresas privadas). Em suas relações com as fontes, os jornalistas econômicos são menos “livres” do que uma análise superficial poderia sugerir, e nessas relações, que muitas vezes são de longo prazo (como é o caso dos colunistas), o uso irrefletido da “liberdade” pode ter consequências infelizes (o jornalista fica isolado de sua fonte). As relações com proprietários e anunciantes são diferentes. Em grandes empresas de mídia, os jornalistas não têm contato pessoal com esses grupos, que, no entanto, exercem considerável poder sobre eles. Mas, na maioria das vezes, esse poder é exercido de forma invisível, sem assumir a forma de uma repreensão, por meio de mecanismos de autocensura, por meio do “espírito corporativo” ou simplesmente pela relutância em praticar um ato que possa parecer “íngrato”. Esse sistema de dependência exclui da cobertura jornalística não apenas tópicos que afetam diretamente os interesses específicos de acionistas, anunciantes ou das fontes mais vitais, mas também questões e problemas. Entre outros exemplos, no início dos anos 2000, houve uma tendência a cultivar uma visão idealizada do “mundo corporativo”, como se observava na frequente hostilidade em relação ao funcionalismo público. Jornalistas econômicos estão imersos na “economia” que discutem; não conseguem abordá-la com a neutralidade de observadores externos.

A dependência da esfera econômica também se estende ao “público”. Jornalistas frequentemente, de forma um tanto precipitada, veem isso como uma restrição virtuosa: enquanto servir aos interesses dos anunciantes é amplamente condenado dentro da profissão, o desejo de satisfazer as expectativas do “leitor” é, ao contrário, altamente valorizado. O “leitor” não é um indivíduo abstrato. Na imprensa e em seções econômicas especializadas, ele assume principalmente a figura de líderes empresariais ou executivos de empresas privadas. Isso não se deve apenas ao fato de que os “consumidores” de informação são, em sua maioria — mesmo em veículos de interesse geral como rádio ou televisão —, provenientes dos grupos sociais mais privilegiados; decorre também da dependência da mídia em relação ao mercado publicitário. Para atrair anunciantes, os veículos de comunicação têm um interesse direto em ter entre seus leitores os clientes mais desejados pelos anunciantes, ou seja, pessoas com alto poder aquisitivo ou executivos que têm influência, em *empresas* ou administrações, sobre compras coletivas.

No mercado publicitário, os “leitores” não são (apenas) “cidadãos”. O mesmo se aplica aos meios de comunicação que, para seus lucros ou pelo menos para sua sobrevivência, dependem em parte desse mercado. Na imprensa de negócios, alguns títulos são notoriamente “armadilhas publicitárias”: sua existência não se deve a um projeto jornalístico; o “conteúdo editorial” serve apenas para atrair um público altamente valorizado pelos anunciantes e, conseqüentemente, receita publicitária. Sem ser tão cínico, o formato das páginas de negócios em jornais de interesse geral ou políticos não é totalmente alheio a essas considerações. O desenvolvimento das páginas de negócios em alguns dos principais jornais diários na década de 1980 reflete a crescente proporção dos grupos sociais mais privilegiados economicamente (a “CSP+”) em seus leitores. Quanto aos meios de comunicação de massa, os canais e emissoras dedicados a notícias de negócios devem sua existência, naturalmente, ao valor de sua audiência no mercado publicitário.

O desenvolvimento do “jornalismo econômico” está ligado ao crescente desejo de atrair o que se denomina “executivos” na França, agentes econômicos particularmente valorizados pelos anunciantes. A grande imprensa parisiense sempre teve como público-alvo leitores socialmente privilegiados. Em 1945, por exemplo, os fundadores do *Le Monde* queriam se dirigir aos “executivos da sociedade francesa”. Mas estes não coincidiam com a população de “executivos” entre os quais a mídia contemporânea busca aumentar sua “penetração”. O significado atribuído ao termo “executivo” no mundo do jornalismo parece, de fato, ter mudado. O *Le Monde* tinha como público-alvo leitores amplamente ligados ao Estado e ao funcionalismo público; a imagem professoral que por muito tempo ostentou (e cultivou) referia-se a uma audiência composta, pelo menos em parte, por acadêmicos e professores. Na década de 1990, o executivo parece ter sido definido principalmente por seu poder aquisitivo. Ele não é mais retratado como um funcionário público de alto escalão,

mas como um empregado do setor privado com significativo poder aquisitivo e certo grau de poder de decisão em sua empresa.

Nessas condições, o imperativo de “servir o leitor” reforçou a dependência do jornalismo em relação ao mundo econômico. O “leitor” a ser servido pertence a uma população que se beneficia amplamente do sistema econômico vigente e, portanto, tende a aprovar (ou mesmo exigir) uma visão idealizada da “economia”. Como as assinaturas corporativas constituem, para muitas publicações especializadas, um meio de aumentar sua circulação e penetração no público-alvo mais desejado pelos anunciantes, a disseminação de uma perspectiva econômica crítica nesse tipo de imprensa parece improvável: que empresa, de fato, assinaria uma publicação periódica para seus executivos que, em todas as edições, destaca os aspectos mais sombrios do capitalismo?

Portanto, os jornalistas econômicos têm muito menos “liberdade” do que parecem perceber. Isso ocorre porque as restrições a que são submetidos são, em grande parte, imperceptíveis. Essa afirmação não é paradoxal: por que indivíduos que, em virtude de sua formação e experiência social, estão inerentemente sujeitos a uma restrição (objetiva) a perceberiam como “restritiva”? Se muitos jornalistas econômicos têm uma sensação de “liberdade”, é sem dúvida porque estão pré-adaptados, por suas características sociais, às restrições que lhes são impostas. Sua experiência os predispõe a adotar uma perspectiva econômica do mundo. De fato, as informações coletadas sobre as origens e trajetórias sociais dos jornalistas econômicos atuais sugerem que uma parcela significativa deles provém da burguesia econômica e frequentou os mesmos programas de ensino superior que formam executivos em grandes empresas: escolas de negócios, programas de ensino superior mais voltados para a aplicação prática (gestão ou finanças) e departamentos de economia financeira em institutos de estudos políticos. Parece, por exemplo, que enquanto em gerações anteriores alguns jornalistas econômicos eram professores ou haviam cursado programas de ensino superior que ofereciam uma abordagem mais teórica ou abrangente da “economia” (por exemplo, por meio das ciências sociais), esse tipo de perfil é hoje raro. O fato de muitos jornalistas de negócios sentirem que exercem sua profissão “livremente” não contradiz, portanto, a existência de restrições objetivas: os mecanismos sociais que levam um indivíduo a ingressar em uma redação de notícias de negócios e a permanecer nela a longo prazo tendem a excluir aqueles menos adequados às expectativas tácitas dos jornalistas de negócios. Que essas expectativas contradizem parcialmente as definições tradicionais de jornalismo parece ser confirmado pela desconfiança inspirada, em algumas redações de notícias de negócios (particularmente na imprensa financeira), por recém-formados em faculdades de jornalismo e pela dificuldade que essas mesmas faculdades têm em estabelecer programas de jornalismo de negócios. Adaptados à demanda por expertise das empresas de mídia, esses programas, na verdade, lutam para atrair aspirantes a jornalistas.

De um modo geral, o mundo jornalístico é fortemente dependente da esfera econômica. Essa dependência estrutural constitui, para o jornalismo econômico, um poderoso incentivo para transmitir uma visão econômica do mundo, alinhada ao liberalismo que atualmente domina o cenário.

Caracterização de uma perspectiva de pesquisa

Gostaria agora de tentar caracterizar retrospectivamente, em termos teóricos e metodológicos, a perspectiva que implementei na minha pesquisa, levando em consideração que essa perspectiva não resulta apenas de “escolhas”, mas também das dinâmicas de pesquisa comuns aos pequenos grupos de pesquisa aos quais estive vinculado, e das dificuldades que a pesquisa possa ter encontrado.

Questões metodológicas

Provavelmente eu não teria dedicado minha tese de doutorado ao jornalismo econômico, e certamente não a teria feito desta forma, se não fosse por um movimento dentro do centro de pesquisa onde eu estava desenvolvendo minha tese, que visava aprimorar a pesquisa na sociologia do jornalismo. Duas figuras-chave foram Pierre Bourdieu e Patrick Champagne. Essa foi a época em que Bourdieu começou a publicar textos sobre jornalismo. Em 1994, ele dedicou uma edição de sua revista ao jornalismo, notavelmente em colaboração com Patrick Champagne. Ele próprio publicou um texto, “O Domínio do Jornalismo”, que, em alguns aspectos, ampliou seu interesse anterior pelo campo intelectual e pelo papel que o jornalismo desempenha nele³. Membro de seu grupo de pesquisa, Patrick Champagne já se interessava pela mídia há muito tempo, mas, trabalhando para uma organização de pesquisa ligada à agronomia, havia publicado principalmente sobre agricultores nas décadas de 1970 e 1980. Desde a década de 1980 e seu trabalho sobre a cobertura midiática dos protestos de agricultores, ele gradualmente retornou ao seu interesse inicial pela mídia (Marchetti, 2024). Bourdieu enfatizou em seu artigo a crescente influência que o jornalismo exercia em muitas esferas sociais. Patrick Champagne apresentou outro argumento para o estudo do jornalismo: a mídia desempenha hoje um papel central na construção de representações que preexistem ao trabalho científico; a aplicação do imperativo de Durkheim de “descartar preconceitos” nos levaria, portanto, hoje a tomar o jornalismo e as representações que ele produz como objeto de análise (Champagne, 1989).

³ Veja em particular (Duval, 2016).

O trabalho que Bourdieu e Champagne iniciaram ou defenderam na década de 1990 implementou o conceito de campo na análise do jornalismo. “A Influência do Jornalismo” foi, nessa perspectiva, uma continuação dos textos que Bourdieu dedicou, desde o final da década de 1970, a uma série de campos (negócios, religião, literatura, direito, etc.). Nele, assim como em um artigo de Champagne e Dominique Marchetti na mesma edição, ele empreendeu uma análise da estrutura do campo jornalístico na França (Champagne, Marchetti, 1994). Meu trabalho sobre jornalismo econômico fez parte dessa dinâmica coletiva. Não havia um programa ou plano formal. O trabalho foi realizado de forma bastante autônoma, mas, por exemplo, existia um grupo de trabalho em torno de Champagne e Marchetti. Nos reuníamos talvez uma vez por mês e, dependendo da sessão, apresentávamos trabalhos, leituras (incluindo obras em inglês pouco conhecidas na França) ou realizávamos entrevistas em grupo com jornalistas sobre como eles trabalhavam (usei algumas dessas entrevistas em meu trabalho sobre jornalismo econômico).

A perspectiva coletiva que se desenvolveu (e, portanto, a que permeou minha pesquisa) poderia ser descrita como “bourdieuiana”, mas esse termo tem suas limitações. Os iniciadores dessa dinâmica não teriam usado o termo, e os membros do referido grupo de trabalho não tinham uma relação uniforme com Bourdieu (alguns, por exemplo, baseavam-se fortemente, quase tanto quanto no próprio Bourdieu, na sociologia interacionista americana que estava sendo importada para a França na época). Embora vários participantes tenham aplicado métodos e questões de pesquisa desenvolvidos desde a década de 1960 no grupo de pesquisa de Bourdieu ao estudo do jornalismo, o grupo foi, sem dúvida, definido principalmente pelo projeto de desenvolver uma sociologia do jornalismo, que parecia estar atrasada na França (em comparação com a situação nos Estados Unidos), e de romper com uma tradição de estudo baseada na análise de conteúdo. O objetivo não era ignorar a produção jornalística, mas reconhecer que ela não continha necessariamente seus próprios princípios explicativos. Implicitamente, uma hipótese de trabalho era a seguinte: as condições de trabalho dos jornalistas, as restrições estruturais que enfrentam e as características específicas do mundo social em que atuam contribuem para a compreensão de porque produzem certas representações em vez de outras.

Meu trabalho em jornalismo econômico deve muito a outra dinâmica coletiva, desta vez relacionada à sociologia econômica. Esse campo parecia estar vivenciando um renascimento na década de 1990: enquanto os “fundadores” da sociologia (Karl Marx, Max Weber, Émile Durkheim e alguns de seus alunos, como François Simiand) davam importância significativa à economia, a sociologia (pelo menos na França), nas décadas que se seguiram à Segunda Guerra Mundial, tendeu a se refugiar em seus próprios temas específicos (trabalho, escola, religião etc.) e a deixar as questões econômicas para os economistas. Na década de 1990, a França começou a importar algumas das figuras-chave da “renovação da sociologia econômica” nos

Estados Unidos (por exemplo, Mark Granovetter, depois Harrison White, Viviana Zelizer etc.).

O Centro de Sociologia Europeia (CSE) contribuiu, de certa forma, para essa evolução. A economia despertou o interesse de Pierre Bourdieu muito cedo, a começar por suas pesquisas na Argélia (onde estudou, notadamente, a introdução da lógica capitalista em uma sociedade tradicional) e, posteriormente, por suas pesquisas na França sobre crédito bancário e empregadores. Mas o contexto da década de 1990, marcado pela ascensão do neoliberalismo, pareceu reforçar o interesse de Bourdieu pela economia: ele publicou, por exemplo, em seu periódico e na coleção de livros que editava, um número significativamente maior de trabalhos sobre economia e economistas (Viviana Zelizer, Neil Fligstein, Maria Rita Loureiro, Frédéric Lebaron etc.)⁴ e, em 2000, publicou *As Estruturas Sociais da Economia*. Um grupo de trabalho sobre economia também havia sido formado no CSE, principalmente em torno de Frédéric Lebaron, Odile Henry e Marie-France Garcia. Bernard Convert e Johan Heilbron (2005) analisaram as forças motrizes por trás da renovação da sociologia econômica nos Estados Unidos; eles mencionaram, notadamente, o contexto ideológico e político da época e as reconfigurações entre as disciplinas de sociologia e economia. Sobre este último ponto, um fator na França foi a chegada de sociólogos com dupla formação em sociologia e economia. Eu era um deles. Meu interesse pelo jornalismo econômico, e a perspectiva que adotei, foi influenciado por essa tendência geral. Como mencionei, o jornalismo econômico estava passando por um desenvolvimento particular. O interesse por essa categoria profissional, que não produz estritamente bens materiais, mas sim bens simbólicos — informação e análises —, fazia parte do interesse que os sociólogos podem ter por crenças, “fatos de opinião”, “ideologias”, fenômenos simbólicos e pela preocupação em destacar uma dimensão da vida econômica que os economistas geralmente negligenciam.

A perspectiva de pesquisa que adotei tem uma importante dimensão empírica. Como sugerido *acima*, ela se solidarizou com as rupturas com a primazia frequentemente dada, na análise de mídia, à análise de conteúdo (ao analisar artigos ou transmissões, eu queria coletar outros materiais, outros tipos de dados) e com as abordagens muito “dedutivas” da ciência econômica (os sociólogos argumentam há muito tempo que sua abordagem é mais “positiva”, mais atenta aos fatos, do que aquelas que dominam a ciência econômica (Simiand, 2006)).

Na época, eu não tinha consciência disso, mas percebi mais tarde, enquanto trabalhava com colegas na história do Centro de Sociologia Europeia (CSE), que um componente importante do estilo de pesquisa que emergiu no CSE era “utilizar todos os recursos disponíveis” [Referência anônima]. Por sugestão de pessoas próximas a mim no CSE, e porque eu provavelmente havia internalizado esse estilo

⁴ Sobre Bourdieu e a economia, veja em particular (Garcia-Parpet, 2014).

inconscientemente, particularmente por meio da leitura de artigos na revista *Actes de la recherche en sciences sociales* (a revista editada por Pierre Bourdieu), coletei tudo o que pudesse estar relacionado ao jornalismo econômico e que constituísse material existente: livros de jornalistas, relatórios sobre informações econômicas, programas de rádio ou televisão com entrevistas com jornalistas, publicações especializadas em mídia, campanhas de assinatura de jornais e revistas etc.

A investigação também envolveu o estudo de artigos e transmissões. Dado o número de meios de comunicação que cobrem economia, era, obviamente, impossível reunir e analisar completamente esse material na escala de um único projeto de pesquisa. Essa dificuldade é inevitável quando se trabalha com jornalismo. Duas maneiras de contorná-la são trabalhar extensivamente com um conjunto de material de imprensa, estudando algumas características específicas, ou, inversamente, analisar um conjunto muito específico de forma mais intensiva. Tentei implementar ambas as abordagens da melhor maneira possível. Por um lado, coletei as primeiras páginas de jornais diários e páginas de negócios durante um período de três meses, reuni 100 capas de uma revista mensal de negócios, examinei várias edições do principal jornal de negócios francês, *Les Échos*, e analisei as capas de 100 edições de uma revista de negócios. Por outro lado, realizei estudos de caso que me permitiram trabalhar com material empírico gerenciável e que pôde ser analisado em profundidade. Anteriormente, eu havia trabalhado na cobertura midiática do “déficit da previdência social” e comecei uma monografia sobre um programa de televisão dedicado à economia (realizei, em particular, uma análise aprofundada de cerca de dez episódios, tanto em termos de conteúdo quanto de forma). Também tentei ler a imprensa de negócios ou as páginas de economia dos jornais, conforme as encontrava durante minhas leituras pessoais ou visitas a bibliotecas públicas. Todas essas vias, é claro, se mostraram infrutíferas (por exemplo, não consegui extrair muita informação das primeiras páginas).

Entrevistas com jornalistas (ou suas fontes) são outra técnica de pesquisa. Realizei apenas um número limitado delas devido aos obstáculos que encontrei. Sem recomendações dentro da comunidade de jornalismo econômico e com base na minha própria experiência, tive dificuldades para conduzir entrevistas longas e aprofundadas. Jornalistas econômicos, sem dúvida, têm menos afinidade com sociólogos do que outros tipos de jornalistas. Além disso, o sociólogo iniciante se encontra em uma posição subordinada em relação a eles. Nem sempre é fácil fazê-los expressar algo além de generalidades (sobre a mídia, a economia etc.). Algumas entrevistas também foram decepcionantes porque os entrevistados, que eram bastante conhecidos, se ativeram a anedotas ou análises que haviam escrito em livros ou compartilhado em entrevistas à imprensa.

Entrevistas mais proveitosas foram realizadas com jornalistas que eram, de certa forma, marginais dentro do campo em estudo e vistos criticamente. Entre

eles, jornalistas aposentados, reservados quanto aos recentes desenvolvimentos na profissão, ou jornalistas que haviam trabalhado para jornais ou seções de negócios, mas que aguardavam uma posição mais alinhada com suas aspirações. Algumas dessas entrevistas eram tão ricas em detalhes que a publicação de certos trechos representou um problema, pois algumas das pessoas ou situações discutidas seriam reconhecíveis. Apesar das minhas precauções, um entrevistado ficou insatisfeito com algumas das citações que incluí de suas falas. Após discussão, ele pareceu compreender meu ponto de vista, mas especificou que teria se expressado de maneira diferente se tivesse previsto que seus comentários seriam reproduzidos e lidos por alguns de seus colegas. Investigações na área jornalística devem levar em conta que os investigados provavelmente leem periódicos ou livros de ciências sociais (mas leem a partir de uma perspectiva que não é exatamente científica, o que pode causar dificuldades e mal-entendidos).

As dificuldades encontradas na pesquisa baseada em entrevistas podem, por vezes, ser parcialmente compensadas pelo fato de os jornalistas constituírem uma categoria profissional que, mais do que outras, tem acesso a meios de expressão e, em alguns casos, fala publicamente sobre as suas atividades profissionais. Como mencionado anteriormente, reuni entrevistas, depoimentos e livros de jornalistas de economia. Este material era utilizável e podia ser citado sem dificuldade. Tem a vantagem de representar uma expressão “espontânea” e de não sofrer dos vieses que, numa entrevista, surgem do facto de o sociólogo tomar a iniciativa na definição dos temas. Mas este material também tem limitações. Provém de jornalistas de economia específicos (frequentemente os mais “conhecidos”) e, em certa medida, reflete estratégias de autoapresentação. As opiniões e informações nele contidas são provavelmente, ainda mais do que as declarações recolhidas em entrevistas privadas, dissonantes da realidade das suas práticas.

As dificuldades encontradas durante as entrevistas explicam, em parte, o papel significativo que a análise estatística acabou desempenhando no estudo. Alguns dos fundadores da sociologia a consideravam uma⁵ ferramenta muito poderosa, pois permite a observação de fenômenos sociais a partir de uma perspectiva ampla, praticamente inacessível por outros métodos. Com isso em mente, utilizei um diretório profissional que lista jornalistas de economia que trabalham nas seções de economia dos principais veículos de comunicação. Tais diretórios são raros na França. Existe um específico para jornalistas de economia porque suas fontes, principalmente em grandes empresas, constituem um público leitor pequeno, porém pagante, o que ajuda a compensar o custo de produção deste diretório (vendido a um preço elevado). Este diretório visa indicar, para cada jornalista, sua data e local de nascimento, formação acadêmica e experiência profissional (tanto dentro quanto, quando

⁵ Para mais informações sobre este ponto, veja em particular (Duval, 2024).

aplicável, fora do jornalismo). Esta informação é limitada e não está disponível para todos os jornalistas entrevistados, mas, com algumas precauções, permite análises estatísticas que possibilitam estabelecer uma série de fatos ou desenvolvimentos (sobre as diferenças entre gerações de jornalistas, as expectativas tácitas em termos de diplomas para ingresso em diferentes disciplinas) que jornalistas ou observadores podem expressar em entrevistas, mas na forma de impressões ou hipóteses.

As estatísticas também foram utilizadas para construir o espaço das empresas jornalísticas que cobriam economia [Referência anonimizada]. Este trabalho fez parte de uma abordagem que utiliza a análise de correspondência para construir um campo, uma abordagem que, desde o início da década de 1970, vinha sendo implementada por Bourdieu e pesquisadores inspirados por seu trabalho em diversos espaços sociais. Essa abordagem ainda não havia sido aplicada ao jornalismo. A análise estatística me ajudou a construir o subespaço das empresas jornalísticas que cobrem notícias econômicas, a identificar as principais diferenças (em termos de propriedade, economia, público-alvo, características dos jornalistas, tamanho e composição da redação, etc.) entre essas empresas. Também me levou a desenvolver indicadores de conceitos como “capital jornalístico” e a refletir, de forma muito útil, sobre como traduzir tais conceitos em ferramentas empíricas. A análise de correspondência que propus tem limitações, mas constituiu uma contribuição para a construção empírica do campo jornalístico.

A ênfase dada à análise estatística foi, sem dúvida, um aspecto singular da minha abordagem. Na época, poucas análises do jornalismo na França empregavam técnicas estatísticas (além de estudos altamente descritivos da população heterogênea de portadores da carteira de jornalista profissional). Essa perspectiva estatística provavelmente era mais fácil de implementar no jornalismo econômico do que em outros segmentos da profissão jornalística. Embora sua contribuição possa ser destacada *em retrospectiva*, ela se deveu, na verdade, a fatores contingentes: as decepções vivenciadas durante as entrevistas iniciais, bem como o quadro de financiamento desta pesquisa (que me obrigou a utilizar técnicas estatísticas).

Sobre aspectos teóricos

Resta abordar os aspectos mais teóricos da minha abordagem. Isso derivou da “teoria de campo”. Já mencionei como meu trabalho, nesse aspecto, se encaixa em uma dinâmica de pesquisa mais coletiva. Propus-me a considerar as restrições estruturais que pesam sobre o jornalismo econômico, a relação que o vincula ao campo econômico sobre o qual reporta. O jornalismo econômico goza de certo grau de autonomia em relação ao mundo econômico, mas essa autonomia permanece bastante limitada e não é suficiente para reverter a dependência estrutural do jornalismo

econômico. Essa relação se manifesta na estrutura do campo, que a análise estatística ajudou a elucidar: o jornalismo econômico é um universo diferenciado, mas as empresas que têm maior influência dentro dele, aquelas com maior capacidade de produzir informações e as mais frequentemente citadas por outros veículos de comunicação, têm autonomia bastante limitada (muitas vezes dependem de grandes grupos e têm um público que frequentemente ocupa posições de poder no campo econômico); as empresas mais independentes no mundo econômico são frágeis nesse microcosmo e têm uma capacidade muito limitada de produzir informações.

Minha perspectiva foi analisar o jornalismo econômico como um campo que, por si só, precisa ser compreendido em relação às interações entre os campos jornalístico e econômico. Ao empregar o conceito de campo e ferramentas como a estatística, busquei oferecer uma perspectiva sobre o jornalismo econômico que diferisse da perspectiva que ele próprio projeta. Como mencionado *anteriormente*, a profissão jornalística é singular por ter fácil acesso aos meios de expressão pública. Pertence aos grupos profissionais que possuem os recursos e meios para controlar as representações de si mesmos na mídia. Nessas circunstâncias, pode-se argumentar que a pesquisa em ciências sociais sobre essa profissão só é valiosa se conseguir produzir uma análise distinta daquelas já oferecidas pelos próprios profissionais.

A perspectiva que desenvolvi visa romper com o que denominei “problemática obrigatória” no jornalismo econômico, um ponto de vista frequentemente adotado por jornalistas (e até mesmo historiadores). Essa problemática centra-se na informação falsificada que jornalistas venais ou corruptos divulgam para servir a interesses econômicos específicos (os de um acionista, de uma empresa etc.). Ela leva à suposição de que, na ausência de tais “manipulações”, o jornalismo econômico é “independente”, “livre”, “moralizado” e assim por diante. Discuti amplamente as limitações dessa visão em minha análise. Ao focar na relação que os jornalistas mantêm com aqueles que detêm ou financiam suas empresas, ela nos impede, por exemplo, de perceber que a relação entre as empresas jornalísticas e seu público também pode gerar formas de “dependência”. Parece-me também que subestima o interesse, de certa forma estrutural, que o mundo econômico exerce sobre o trabalho jornalístico e as representações que a mídia apresenta dele. As tentativas de interferência são inevitáveis, e é razoável supor que qualquer obstáculo colocado no caminho de uma forma de interferência tende a provocar outras formas de interferência mais sutis e menos imperceptíveis que contornam o obstáculo. Sugerir, portanto, que o desenvolvimento de estratégias de comunicação em grandes empresas era uma forma de elas continuarem a influenciar a produção jornalística sem recorrer a métodos antigos que eram estigmatizados (ou mesmo condenados por lei).

A mudança, a “conversão de perspectiva” que propus, consistiu em encarar as formas passadas, tradicionais e explícitas de interferência como casos particulares

de interferência fundamentalmente multifacetada. A dependência estrutural (que, como demonstrei, variou em intensidade ao longo do tempo na França) não se manifesta apenas como pressões explícitas nas interações. Inspirada pela análise de campo de Bourdieu, minha perspectiva consistiu em deslocar a atenção das relações interpessoais que têm uma manifestação física para um “espaço de relações” que, “embora invisível e sempre difícil de manifestar empiricamente, [...] é a realidade mais real [...] e o princípio real do comportamento de indivíduos e grupos” (Bourdieu, 1994, p. 53). Minha análise consistiu em substituir uma visão centrada nos indivíduos, presumidos como possuidores de graus variáveis de senso moral e considerados como agindo livremente assim que se sentem livres, por uma visão centrada nos campos e estruturas nos quais as relações interpessoais estão inseridas. Nesse sentido, parece-me que essa perspectiva leva a uma mudança de uma análise marcada por uma espécie de interacionismo para uma análise estrutural.

Contudo, é preciso enfatizar que, no âmbito da análise sociológica, o problema mencionado acima não é meramente um “preconceito” a ser descartado. Ele também corresponde a uma visão compartilhada por grande parte dos atores estudados. Portanto, deve ser considerado como objeto de estudo. Assim, procurei reconstruir a história desse problema, mostrando como ele se consolidou no debate político francês durante o período entre guerras. Também procurei demonstrar suas funções sociais e políticas e atribuir seu sucesso à sua ambiguidade: ele pode parecer relativamente consensual porque pode ser mobilizado por atores políticos muito diferentes. Pode ser utilizado, em particular, tanto por grupos engajados na crítica ao capitalismo e na denúncia da “venalidade da imprensa burguesa”, expressão usada entre as duas guerras mundiais, quanto por forças mais inclinadas, ao contrário, ao liberalismo, que defendiam um capitalismo “moderno” ou um capitalismo “moral” ou “transparente”, livre de seus “excessos”. A sociologia deve se construir contra a problemática estabelecida e considerar que essa problemática é internalizada pelos agentes sociais, principalmente pelos jornalistas. A problemática estabelecida é também uma forma de pensar que os agentes estudados internalizaram e que gera efeitos. Essa observação me levou a questionar a ideologia profissional dos jornalistas e as noções de “independência” e “liberdade de imprensa”. Algo aparentemente trivial só recentemente se consolidou: essas noções que os jornalistas utilizam como rotina, e que muitas vezes são seguidas por analistas de jornalismo, são pontos de discordância: todos concordam que o jornalismo deve ser independente, mas não há consenso sobre a definição dessa independência.

Assim, procurei descrever aqui a perspectiva que implementei em pesquisas realizadas na França no final da década de 1990 e início da década de 2000. Parece-me que ela ainda seria frutífera na França contemporânea. É claro que resta saber se o mesmo ocorreria em outros contextos nacionais.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Raisons pratiques**. Paris: Le Seuil, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia geral**. 5 vol. Petrópolis: Editora Vozes, 2021-2025.

CASTELANELLI, Benjamin. **Contribution à l'analyse sociologique des discours économiques contemporains. Faire et défaire la Chine: l'exemple du traitement médiatique de l'« économie chinoise » dans la presse économique française**. Orientador:

LEBARON Frédéric. 2021. 165f. Dissertação (Mestrado) – École normale supérieure Paris-Saclay, 2021.

CHAMPAGNE, Patrick e MARCHETTI, Dominique. L'information médicale sous contrainte. À propos du "scandale du sang contaminé". **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, 1994, 101-102, 40-62, 1994. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1994_num_101_1_3084. Acesso em: 25 abr. 2025.

CHAMPAGNE, Patrick. La rupture avec les pré-constructions spontanées ou savantes. *In*:

CHAMPAGNE, Patrick, LENOIR, Remi, MERLLIÉ, Dominique e PINTO, Louis (Org.) **Initiation à la pratique sociologique**. Paris: Dunod, 1989. p. 163-220.

CONVERT, Bernard e HEILBRON Johan. La réinvention américaine de la sociologie économique. **L'Année sociologique**, 55 (2), 329-364, 2005. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2005-2-page-329?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

DUVAL, Julien. **Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France**. Paris: Le Seuil, 2004.

DUVAL, Julien. Bourdieu, le journalisme et les médias. *In*: GRANJON, Fabien (Org.). **Matérialismes, culture et communication**. Paris: Presses des Mines, 2016. p. 405-422. Disponível em: <https://shs.cairn.info/materialismes-culture-et-communication-tome-1--9782356713902-page-405?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

DUVAL, Julien. Traduzido por BORDIGNON, Rodrigo da Rosa. Sociologia e estatística de Auguste Comte a Pierre Bourdieu: uma tradição francesa? **Revista brasileira de Sociologia**, 12, 2024. Disponível em: <https://rbs.sbsociologia.com.br/index.php/rbs/article/view/1002>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GARCIA-PARPET, Marie-France. Marché, rationalité et faits sociaux totaux: Pierre Bourdieu et l'économie. **Revue française de socio-économie**. 13, 107-127, 2014. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-francaise-de-socio-economie-2014-1-page-107?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GUILBERT, Thierry. **L'« évidence » du discours néolibéral**. Bellecombe-en-Bauges: Éditions du Croquant, 2011.

MACHUT, Antoine. **La Bourse ou la plume ? Les trajectoires professionnelles de journalistes dans le monde de l'information financière**. Orientador: BASTIN Gilles. 2019. 456f. Tese (Doutorado em Sociologia.) – Universidade Grenoble Alpes (ComUE), 2019. Disponível em: <https://theses.hal.science/tel-03368836>. Acesso em: 25 abr. 2025.

MARCHETTI, Dominique, Hommage à Patrick Champagne (1945-2023). **Actes de la recherche en sciences sociales**. 251, 110 -113, 2024. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2024-1-page-110?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

SCHUDSON, Michael Schudson, **The Power of News**. Londres-Cambridge, Harvard University Press, 1996.

SIMIAND, François. **Critique sociologique de l'économie**. Paris: PUF, 2006.