

APRESENTAÇÃO: JORNALISMO E ECONOMIA

PRESENTATION: JOURNALISM AND ECONOMICS

PRESENTACIÓN: PERIODISMO Y ECONOMÍA

*Antonio José PEDROSO NETO**

*Ana Carolina BICHOFFE***

Com este dossiê, a Revista Estudos de Sociologia (RES) apresenta o primeiro dossiê brasileiro sobre jornalismo e economia. A literatura de sociologia econômica internacional reconheceu e justificou a importância de se realizar pesquisas sobre os discursos econômicos dos jornalistas, como normas e conhecimentos (Swedberg, 2003; Lebaron, 2013). Há uma organização de vários trabalhos sobre esses discursos no livro *Les discours de l'économie* (Temmar; Angermuller; Lebaron, 2013). E há igualmente a organização de vários trabalhos sobre as fontes dos jornalistas de economia brasileiros no livro *Fontes e vozes no jornalismo econômico* (Pedroso Neto; Nascimento, 2020). Agora a RES, que divulga seus artigos em português e inglês, entra em cena em um nascente circuito, considerando os livros citados.

O dossiê tem dois textos de sentido mais epistemológico e teórico, a partir de um forte acúmulo de experiência empírica, além de uma entrevista em sentido semelhante. E tem seis textos que tratam de objetos empíricos com produção de dados e análises finas. Com esta apresentação, procuramos realizar três objetivos. Expor minimamente os textos no sentido do que eles podem fomentar de novas pesquisas, de novas formas de olhar os espaços empíricos ou novos espaços empíricos e cuidar para não classificar as pesquisas de modo estrito e menos ainda adiantar resultados para o leitor – fizemos pontuações ensaísticas sobre os textos e vínculos entre eles.

O primeiro texto é de Julien Duval. Ele realizou pesquisas sobre o jornalismo econômico francês – cobertura dos déficits da segurança social (Duval, 2000, 2002, 2013) e sobre os jornalistas de economia (Duval, 2000, 2004). Neste dossiê, ele faz

* Doutor em Ciências Sociais (UFSCAR), <https://orcid.org/0000-0002-6509-527X>, ajpedrosoneto@uol.com.br

** Doutora em Sociologia (UFSCAR), <https://orcid.org/0000-0001-5830-3379>, acbichoffe@gmail.com

reflexões sobre essas experiências: como construiu sua perspectiva, suas incursões em campo, as possibilidades e estratégias vis-à-vis às fontes de dados, os motivos de seu engajamento no estudo do jornalismo econômico naquele momento – dentre outros a afirmação do neoliberalismo no mundo – e seu pertencimento e influências em termos de agrupamento intelectual – tomou o jornalismo como campo e, nesse sentido, vale conferir um texto esclarecedor sobre o uso da noção de campo do jornalismo como ferramenta heurística (Duval, 2015).

Em uma síntese distanciada, explica que seu engajamento no estudo do jornalismo econômico não era tão claro de início, mas que ele já se interrogava sobre qual era a visão de economia dos jornalistas de economia e quais eram os constrangimentos ou incentivos que os levavam a desenvolvê-la. Suas considerações iniciais, devidas à sua sensibilidade formada em relação a sociologia econômica, indicavam que a visão predominante no jornalismo econômico era de que a economia poderia ser isolada das outras atividades humanas – social, cultural, política – sem problemas, ao contrário das advertências da sociologia econômica de que a economia não se explica unicamente por fatores econômicos (Polanyi, 1980, 2012; Bourdieu, 2000, 2017; Swedberg, 2004; Steiner, 2006; Granovetter, 2007, 2017).

Essa separação comandava outras distinções nos jornais; editoriais, especializações, fontes, cidadão e agente econômico etc. E era devida à relação de subordinação do campo do jornalismo ao campo econômico, sobretudo. Mas essa subordinação não é tão simples assim e a leitura de seu texto vai esclarecer a complexidade, os dispositivos, as relações e as formas de pensar pré-adaptadas de alguns segmentos de jornalistas. Aqui é um ponto que seus textos, a nosso ver, indicam possibilidades de postular e pesquisar semelhanças e diferenças com o jornalismo brasileiro, com apoio em leituras complementares congêneres (Bourdieu, 1994, 1997; Benson, 2000, 2017; Duval, 2000, 2004) ou já realizadas sobre o Brasil (Pedroso Neto, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso Neto; Undurraga, 2017; Pedroso Neto; Nascimento, 2020).

Por fim, sublinhamos um ponto de suas rupturas com o senso comum e com o senso comum erudito acadêmico e jornalístico. Rupturas que, ato contínuo, implicam em tomar como objeto de estudo tanto o jornalismo como as representações que ele produz, ao invés iniciar por representações já correntes. A partir da noção de campo do jornalismo (Bourdieu, 1997; Duval, 2004, 2015; Marchetti, 2008) ele conseguiu romper com a problemática obrigatoria ou instituída.

Essa problemática foca nas possíveis – de fato existentes – manipulações e informações falsas que os jornalistas venais, corruptos, divulgam objetivando contentar interesses empresariais – do próprio jornal ou de anunciantes. O foco dessa problemática dá como dado que, sem tais manipulações, o jornalismo econômico seria independente, livre, moralizado etc. As análises de Duval, especialmente as mais longas (Duval, 2000, 2004), permitem ver os limites dessa visão e as possi-

bilidades de uma perspectiva ancorada nas relações interindividuais manifestas, praticadas, em relação a um espaço de relações mais difícil de objetivar. A maneira de Bourdieu (1996), a perspectiva relacional é a que há de mais real. O real é relacional (Bourdieu, 1989) é o princípio mais realista para apreender os comportamentos individuais e coletivos. Enfim, ao invés de aceitar a problemática obrigatória, ele reconstituiu sua gênese e elaborou suas funções sociais e políticas. Para as pesquisas no Brasil, é importante ter isso em conta.

O segundo artigo é de Thierry Guilbert. Ele tem pesquisas e publicações sobre discursos econômicos (Guilbert, 2011, 2013, 2017) e, a partir delas, faz uma reflexão original sobre as relações entre mídias e discurso neoliberal. Sem cerimônia, ele apresenta a hipótese de que o enleio do discurso neoliberal nos meios de comunicação de massa não é fortuito, mas constitutivo dele mesmo e estratégico para ele mesmo; de modo oportunista e forasteiro, ele se aproveita da autoridade simbólica dos meios de comunicação e explora sua própria disposição para acondicionar ações e comportamentos sociais que prescreve.

Assim, Guilbert concebe o discurso neoliberal como um discurso ideológico que, onipresente nas mídias, consegue se passar como discurso midiático, como de evidência, de bom senso. Ou seja, natural por se apresentar como um discurso de comunicação e por se apresentar a partir de uma concepção vertical da comunicação e da democracia – condutores e conduzidos e a comunicação como meio para aqueles.

Neste sentido, os desafios de pesquisa seriam observar e analisar as relações e correlações constitutivas das mídias e do discurso neoliberal, no tempo e com influências mútuas; do início com a mídia impressa até as redes sociais atuais, passando pelo cinema, rádio e televisão. Em cada meio há uma forma do discurso e no desenvolvimento de cada meio há uma influência dessa forma. Por exemplo, quanto a propaganda, variante do discurso, pesou favoravelmente para o espraiamento do cinema, de certos gêneros, filmes etc.? E, quais linguagens, imagens, enunciações, argumentos o discurso mobiliza para estar no cinema?

Ele define bem as noções utilizadas – discurso, discursos, media, mídias, neoliberal etc. – para esclarecer que um discurso, só por estar nos meios de comunicação – meios de comunicação como instituições –, já é um discurso midiático com poderes simbólicos. Então, ele faz um esboço da gênese do discurso neoliberal nos EUA, considerando três veios principais.

De um lado, esse discurso teria origem na noção então nascente de opinião pública como algo a ser produzido, fabricado para o consumo e o convencimento – fábrica de consentimento. De outro, teria origem em uma noção de democracia vertical com dois tipos de cidadãos: a massa incapaz de compreender e dirigir e os líderes, os capazes de dirigir os negócios e a sociedade. Assim, os que governam devem e precisam necessariamente utilizar os meios de comunicação, os meios de

condução da opinião pública, para governar. Por fim, o discurso neoliberal teria suas origens como reação e contra-ataque a avanços sociais – governos progressistas, seus programas sociais, a existência e as manifestações das massas etc. Pois ele enquadra esses avanços como perigos, especialmente por estarem associados às massas, tidas como incapazes e ameaçadoras. E suas respostas são variantes de um discurso de austeridade. Enfim, dirigir as massas via a comunicação e em moldes hierárquicos era o meio de salvaguardar o liberalismo econômico bem desprestigiado após 1929.

Mas, do início do século XX aos tempos atuais, tivemos o aparecimento de várias mídias e a mútua adaptação do discurso neoliberal e das mídias. Esse é um ponto importante que merece observações sistemáticas. A hipótese é forte. A utilização e a adaptação pelo discurso são viáveis teoricamente a partir da noção de governabilidade – M. Foucault –, isto é, de como o discurso se adapta e utiliza as mídias para fabricar a aceitabilidade, pela chamada opinião pública, dos programas de reação aos perigos – constitutivos do discurso – existentes vis-à-vis os medos de emancipação das massas. Portanto, trata-se muito menos de um discurso proativo e muito mais de um discurso reativo, um contradiscurso vigilante na e com as mídias como aparelhos de governabilidade.

Por fim, e não menos importante, o autor nos dá conta dos agentes. Ele parte do princípio de que as mídias recebem, produzem e, sobretudo, difundem discursos. Em grande medida, seus discursos são secundários, são discursos que recebem e difundem discursos primários. Esses saem de agentes do espaço da política, do governo, das instituições financeiras – especialmente as internacionais –, grandes empresas, acadêmicos, mercados etc. Aqui temos grandes veios de questões que envolvem os produtores simbólicos. Como as mídias recebem e transformam os discursos primários? Quais são as relações entre os agentes envolvidos? Como e quais são os efeitos dos discursos primários sobre os secundários? Enfim, além de explicitar sua hipótese de trabalho mais atual, o autor oferece indicações explícitas de objetos e caminhos de pesquisa.

O terceiro artigo está no quadrante dos trabalhos empíricos com produção de dados e análises finas. Allana Meirelles analisa os jogos dos economistas-colunistas e os seus investimentos editoriais para compreender a difusão e a legitimação da *doxa* econômica. A partir de dados prosopográficos – universidade de formação, doutoramento, docência, trabalho no Estado, em empresas privadas, nacionais, internacionais etc. –, procurou objetivar um espaço de agentes que estão ao mesmo tempo, mas de formas diferentes, no campo do poder e no mercado de opiniões sobre a economia do Brasil, e assuntos correlatos – no mercado editorial e nos grandes jornais generalistas.

Assim, ela pesquisou e analisou diferentes trajetórias e suas correlações com os seus produtos simbólicos diferenciados; paratextos de 160 livros que, em grande

medida, tratam de história e conjuntura econômica brasileira, de modo geral, com várias ramificações recorrentes.

Esquadinhando as diferentes oposições dos agentes – ex. entre economistas-colunistas, entre eles e colunistas filósofos, cientistas sociais, jornalistas etc. – e suas tomadas de posição – ex. técnico, militante, polemista, comunicativo, de fácil compreensão etc. –, ela avança em descrever e explicar a dinâmica dos seus investimentos editoriais – ex. história econômica, economia e suas relações com a literatura e a filosofia, dicas de investimento, finança, carreira etc. – que é também a dinâmica de reprodução, difusão e legitimação de crenças econômicas profundas; as crenças não explícitas, a *doxa* econômica, que compartilham.

A pesquisa adentra o espaço dos intelectuais relacionados com a economia e as finanças do Estado e da sociedade como um todo. Trata-se de intelectuais que não evitam a imprensa, pois não existem com força e distinção sem ela, assim como não são precedidos por ela. A autora nos abre também o espaço das instituições que os consagram, desde a universidade até a Academia Brasileira de Letras, passando por cargos e posições em empresas, bancos e autarquias.

Por fim, é um trabalho rico em dados sobre os agentes e seus produtos simbólicos correlacionados. Uma leitura atenta abre o espaço dos possíveis para pensar e propor novas pesquisas sobre uma orquestra sem orquestrador – divisão do trabalho, hierarquias, dinâmicas etc. – que legitima formas dominantes de ver e prescrever os rumos da economia.

Em se tratando de ver e prescrever a economia, o texto subsequente vai no âmago de um quadripé bem atual do mercado de bens simbólicos: o Estado que abre mão de receita, mas é o principal orquestrador do mercado; as empresas patrocinadoras que entram com os recursos financeiros – setor bancário, petroleiro, agronegócio, tecnologia; os artistas ou proponentes que entram com o produto simbólico; e os intermediários ou captadores profissionais de recursos – pessoas ou empresas – que vinculam todos por conta de seus conhecimentos específicos e seu capital social.

Rafaela Lopes e Bruno Barreiros se debruçaram sobre matérias do jornal Folha de S. Paulo como um espaço empírico para observar o mercado de patrocínios culturais incentivados – estruturado em trocas financeiras e simbólicas. Fazem uma análise diacrônica – 2013 a 2023 – das flexões nas tendências discursivas que caracterizaram controvérsias e disputas sobre a Lei Rouanet, e uma variante de suas aplicações; o Rock in Rio.

Após apresentar as instituições e uma gênese do mercado de patrocínios culturais incentivados brasileiro, descrevem como os ativos simbólicos almejados pelos patrocinadores mudaram no tempo – de marketing cultural à sustentabilidade –, dada a força desses patrocinadores nas interações no quadripé. Por outro lado, o uso e as representações sociais sobre o uso dos ativos financeiros pelos proponentes – com menos força nas relações – também mudaram; passaram de

relações de conflito a relações de aliança com os intermediários e com a empresa jornalística – com força na apresentação pública dos discursos e nas suas transformações no tempo. As relações, as transformações sociais do mercado não são simples. O texto alinhava alguns pontos de inflexão e as negociações, concessões e imposições correlatas.

Ainda que indiretamente, analisar o *corpus* de matérias é uma forma de apreender as orientações políticas e as tendências discursivas relacionadas a Lei Rouanet, especialmente a de grupos sociais localizados em condições sociais superiores. Uma das constantes do jornal foi a defesa da Lei como meio de fomento a projetos sem caráter comercial, ao mesmo tempo que divulgava projetos de caráter comercial dirigidos a grupos de alto poder aquisitivo. Motivos e explicações dessa aparente contradição? Autora e autor exploram isso.

Outra revelação da pesquisa foi a emergência de uma tendência discursiva conservadora que associou a Lei a improbidades na aplicação: projetos e artistas com capacidade mercadológica, consagrados; e projetos de interesse ou ordem mais privada e particular que pública etc. Essa tendência teve protagonismo no jornal em um primeiro momento – por volta de 2018 –, em grande medida, ecoando o mote discursivo do então presidente da república – retórica da mamata.

Junto e após esse período de hostilização da Lei pelo centro do poder político, o jornal rapidamente mudou de direção, pegou outros ventos, e passou a defender tanto a Lei como o formato do mercado de patrocínio. Mas, a nova direção se deu sobre novas bases, isto é, a partir de uma perspectiva de legitimação que mobiliza a tendência discursiva de sustentabilidade e economia criativa.

Enfim, ao pesquisar e explicitar as diversas tendências discursivas do jornal nas relações com o quadripé do mercado de patrocínios culturais incentivados, em boa medida, a pesquisa é também um trabalho sobre a parte ativa do jornalismo na construção, na dinâmica e nas mudanças dos mercados – uma contribuição com características seminais.

Após esse trabalho que apresenta momentos de contestações, aceitações e apoios da imprensa a relações institucionais de diversos agentes em um mercado – diversos momentos de lutas simbólicas –, temos o texto de Nicolás Chuchco sobre indicadores de qualidade institucional e governança, notadamente dos Estados, tais como foram difundidos na imprensa vizinha; jornal *La Nación* da Argentina, notadamente sua parte de jornalismo de dados, *La Nación Data*.

O autor parte do ponto de que esses indicadores foram gerados no espaço dos experts em políticas públicas e analisa como migraram para o espaço público mais amplo, via imprensa – por exemplo, um vocábulo como governança era praticamente desconhecido em 1995, mas termina como *vox populi* em 2017. Ele analisa o jornal *La Nación* e os jornalistas de outros jornais para observar intencionalidades e ideologia política – presentes especialmente em editoriais.

Por um lado, a pesquisa apresenta a frequência das aparições de matérias sobre governança, suas subdivisões – tais como, pública, governamental etc. – e suas esferas distintas – por exemplo, global, regional, local, empresarial etc. Isso indica a plasticidade da noção, que favorece sua difusão. A difusão passou por oscilações entre momentos de aparecimento, constância e recorrência, ano a ano, mas em um vetor de presença crescente no jornal. A presença é principalmente em referência à esfera local, quer dizer, a Argentina, ou melhor, a performance do país ou do governo.

Por outro lado, ele analisou também a frequência da presença de indicadores de qualidade institucional – rankings. Essa presença não teve a mesma tendência de crescimento como a de governança. Foi de crescimento mais fraco e intermitente com muitas oscilações, seguindo um pouco o calendário político – aumentos em períodos eleitorais. No entanto, a constante nesse caso é a difusão de rankings e de referências a eles, isto é, a aceitação e a ampliação da difusão de seus marcos normativos.

Por fim, o autor observou as entrevistas com jornalistas e revelou uma intencionalidade no jornalismo de dados em empurrar o processo; colabora com a construção de editoriais e notas. E uma intencionalidade nas fontes dos jornalistas; agências de notícias, mas de maneira especial as ONGs, pois elas têm acesso aos jornalistas e têm base de dados que compartilham como eles.

Enfim, o estudo explora a ação normativa de segmentos da imprensa em relação ao Estado, especialmente o jornalismo de dados com vinculações com o jornalismo de economia. Foi em uma intencionalidade normativa que esses segmentos divulgaram os princípios ou as visões ideológicas que se assentaram no discurso público. Temos aqui mais um trabalho que indica o Estado como *locus* de gravidade da ação da imprensa de economia. No caso, a ação teve base em princípios quantitativos vindos de um segmento da sociedade, ou seja, esse segmento social teve algum sucesso em relação a fazer avançar suas formas de ver, julgar e prescrever a economia e o Estado, via imprensa. E no Brasil?

Então, temos o texto da pesquisa de Diego Fraga, mais um que termina nas relações da imprensa com as esferas executiva e legislativa do Estado. Ele investigou como os principais jornais generalistas brasileiros se relacionaram com duas mudanças institucionais e legislativas de envergadura na vida econômica; as chamadas reforma trabalhista de 2017 e reforma da previdência de 2019 – de modo mais amplo, o regime “Uma Ponte para o Futuro”. O autor analisou o conteúdo das matérias e as fontes dos jornalistas – como fontes de autoridade discursiva.

A partir da perspectiva de que esses jornais atuariam como aparelhos hegemônicos, seus dados indicam fortes comprovações estatísticas. Ou seja, ao cruzar a frequência dos enquadramentos com a frequência das vozes das fontes presentes nas matérias, o autor descreveu e apresentou um produto simbólico final que operou

na construção de consensos favoráveis às reformas: de um lado, a naturalização da necessidade das reformas e, de outro, a desmobilização e a desqualificação dos enquadramentos e das vozes de resistências sociais.

Após uma sequência de trabalhos em que o Estado é o *locus* da gravidade das ações da imprensa e, de certa forma, ligando a ele de modo diferente os demais agentes sociais – intelectuais, economistas, fontes de jornalistas etc. –, temos uma guinada para o quadrante das publicações empresariais, uma guinada para o passado, para um momento de mudanças na dinâmica territorial devidas ao início da expansão urbana e da industrialização brasileira, na sua principal região inicial – Taubaté, SP, nas cercanias de São Paulo

Mônica Carniello e Moacir dos Santos partem da noção de que as sociedades que já contam com a presença dos meios de comunicação os têm como influentes ou constitutivos dos seus processos de desenvolvimento e de dinâmica territorial. Ou seja, reconhecem as redes técnicas e de informação como transformadoras do espaço geográfico e como vetores de difusão de valores e práticas sociais.

Mas há segmentos na sociedade e nem todos têm o mesmo acesso e o mesmo poder sobre os meios de comunicação. Assim, na sequência, autora e autor esclarecem e utilizam uma perspectiva que deve ser sublinhada e tida em conta por pesquisadores; a mídia atua, também, como mediadora da comunicação estratégica das organizações públicas e privadas para legitimar seus projetos de desenvolvimento junto aos públicos, tanto internos quanto externos. Não é a sociedade que tem poder para expor e firmar os possíveis benefícios gerais. São segmentos sociais, em alguma medida, impulsores de benefícios particulares como gerais.

Autora e autor analisam um processo de desenvolvimento e de dinâmica territorial dado na calda da industrialização e da urbanização dos anos 1930 e 1940 – particularmente Taubaté no Vale do Paraíba Paulista. Vale expor, em um momento de perda de protagonismo da lavoura cafeeira e de instalação de empresas de outros setores econômicos, sobretudo a tecelagem.

Analiscaram um jornal empresarial, isto é, um meio de comunicação de uma empresa que, em maior ou menor medida, tinha um prisma particular sobre a industrialização e a urbanização – mudanças territoriais nevrálgicas – e que procurava se apresentar e as apresentar como de interesse geral. Um jornal empresarial, de voz do empresário, das nascentes elite empresariais industriais que estavam ascendendo na economia e na política, na mesma gangorra em que a elite de cafeicultores descia. Mas uma publicação voltada para os operários – para a nascente classe operária que também tinha sua própria imprensa – e para os demais municípios. E, também, uma publicação com participação de lideranças sindicais.

A partir da análise de um *corpus* de textos e imagens, revelam intencionalidades na publicação: vis-à-vis figuras empresariais, especialmente o proprietário da empresa jornalística; em relação às criações e institucionalizações das leis tra-

lhistas – fenômeno novo, estrutural e controverso naquele momento; e em relação às marcas dos processos, dos projetos e do tempo das transformações territoriais da cidade e de suas relações com as cidades circunvizinhas, com o desenvolvimento do país e com as adesões políticas, principalmente com o Estado Novo etc.

A pesquisa abre um espaço dos possíveis para se colocar questões sobre as publicações congêneres atuais. Isso, não só no sentido de suas ações relacionadas às suas empresas, mas também em relação às dinâmicas econômicas, sociais, culturais e políticas do entorno das empresas – seus enraizamentos – e os tentáculos com espaços mais nacionais.

Por fim, a parte do dossiê da produção de dados e análises finas dá outra guinada, agora rumo a região da Amazônia brasileira. Silvio Cândido, Julia Barbosa e Gustavo Ferratti se debruçam sobre a cobertura midiática relacionada ao desmatamento na Amazônia brasileira em momentos de oscilação nos índices de devastação – chegou a cair 80% entre 2004 e 2012 – com correlatas implementações de políticas públicas e de iniciativas privadas que favoreceram certa redução, notadamente a iniciativa do governo federal via o Plano de Ação para a Prevenção do Controle do Desmatamento na Amazônia Legal e os acordos privados entre empresas da cadeia produtiva da soja e da pecuária com organizações ambientalistas e autoridades públicas.

Trata-se de um estudo diacrônico que perpassou vários mandatos governamentais – nos três níveis – e vários contenciosos, como a aprovação do Código Florestal, a Moratória da Soja, as disputas com instituições internacionais – Greenpeace, frigoríficos etc. –, as intensificações de negociações climáticas etc. Como espaço empírico, analisou diferentes veículos de mídia – 29 no total – por um longo período; duas décadas. O trabalho identificou padrões de frequência de publicações, termos mais utilizados, modelagem de tópicos e colocou em relevo as entidades nomeadas; pessoas e organizações envolvidas nas disputas.

Os resultados só poderiam ser complexos. Assim, nas análises, ao indicar as tendências homogeneizadoras e despolitizadoras das coberturas, apresentam, par a par, uma cartografia de agentes e organizações presentes nas matérias, que é rica em diversidade, mas desigual na presença; num extremo estão as instituições governamentais sobre-representadas e no outro os movimentos sociais, as associações e as instituições religiosas sub-representadas – ótimos resultados críticos. As análises indicam ainda a concentração das matérias em três jornais generalistas nacionais, e as flutuações de frequência de cobertura em diferentes períodos.

Um ponto forte do exame dos dados é que as alterações nas produções midiáticas têm relações com conflitos públicos entre elites, ou seja, que o campo jornalístico consegue enlaçar mudanças sociais, conforme a lógica imponente do próprio campo – constrangimentos da busca por audiência –, e repercutir contenciosos decisivos que são mudanças nas hierarquias e relações de forças entre grupos

sociais – como os que colocaram em xeque apoios implícitos à expansão recorrente da produção agropecuária com derrubada de floresta. Essas alterações ganham relevo a partir das análises dos tópicos mais e menos recorrentes, da hierarquia deles; das dinâmicas políticas e econômicas globais – o mais presente – até o tópico que aborda a relação entre a produção agrícola, o desmatamento e a exploração da terra no Brasil – o menos presente –, passando por outros como ações governamentais contra o desmatamento e o monitoramento do desmatamento.

Outro ponto forte da pesquisa é que ela apresenta uma análise dos tópicos introduzindo a variável tempo. Isso a torna mais fina porque mobiliza, apresenta e correlaciona, mais precisamente, agentes, organizações, disputas, avanços e retrocessos de questões, implementações, etc. Assim, de modo geral, a leitura do texto nos permite adentrar em um dos feitos do jornalismo; apresentar as complexidades das relações entre a vida econômica da Amazônia – uma vida econômica necessariamente nacional e internacional – com a política institucional e não institucional – igualmente nacional e internacional – e apresentar os agentes, as organizações e suas respectivas estratégias e forças nas relações – ainda que as apresentações sejam desiguais em termos de frequência. Enfim, depreendemos do estudo que a imprensa, de modo abrangente, consegue avanços heterônimos conforme as situações do jogo político, econômico e, no caso, socioambiental.

Para fechar, o dossiê conta com uma entrevista de Tiago Mata, professor e pesquisador da University College London (*Department of Science and Technology Studies*), Londres, Inglaterra. Ele tem experiência em pesquisa e possui diversas publicações sobre as relações entre jornalismo, economia e economistas, notadamente economistas como especialistas públicos.

A entrevista é um bom caminho para conhecer sua trajetória intelectual e, especialmente, um projeto que coordenou sobre o papel do jornalismo econômico na construção de uma esfera pública econômica, em vários países – *Economics in the Public Sphere, the UK, US, France, Brazil and Argentina since 1945*. Vale conferir a entrevista e conhecer suas pesquisas e seus textos – ver nas referências bibliográficas da entrevista –, pois partem de uma perspectiva fértil para estudar os jornalistas de economia e suas produções a partir de suas influências mútuas e de suas interações com seus dispositivos de trabalho, suas práticas, suas expertises e as de outros profissionais etc. – lentes dos estudos de ciência e tecnologia.

A entrevista foi realizada por Tomás Undurraga, professor e pesquisador da Universidad Alberto Hurtado (Departamento de Sociología), Santiago, Chile. Ele foi pesquisador do projeto coordenado por Tiago Mata, mais precisamente o pesquisador encarregado do jornalismo econômico brasileiro. Sua investigação está publicada em vários artigos – ver nas referências bibliográficas da entrevista.

Em conclusão, este dossiê foi um esforço a muitas mãos. Agradecemos aos colegas que submeteram seus textos, aos que os julgaram e a toda equipe da RES;

pelo apoio em várias ocasiões, pelo profissionalismo na relação com os pareceristas e pelo trabalho preciso de ajuste, formatação, tradução e publicação dos artigos. Esperamos que os textos esclareçam as questões possíveis dos leitores e que fomentem novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

- BENSON, R Rodney. La logique du profit dans les medias americains. **Actes de la recherche em sciences sociales**, n. 131-132, 2000.
- BENSON, Rodney. 2017. Formas institucionais de propriedade de mídia e seus modos de poder. **Parágrafo**, v. 4, n. 1, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **Anthropologie économique** - Cours au Collège de France 1992-1993. Paris: Le Seuil, 2027.
- BOURDIEU, Pierre. Introdução a uma sociologia reflexiva. In: **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. L'emprise du journalisme. **Actes de la recherche em sciences sociales**, n. 101, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seul, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**. Sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- DUVAL, Julien. 2013. Sur les non-dits et les fonctions d'un discours médiatiques. In: TEMMAR, Malika. ANGERMULLER, Johannes. LEBARON, Frédéric. **Les discours de l'économie**. Paris: Curapp-Ess Editions, 2013.
- DUVAL, Julien. 2015. A heuristic tool. On the use of the concept of the field in two studies in the sociology of culture. In: Hilgers, Mathieu; Mangez, Eric. **Bourdieu's theory of social fields**. Concepts and applications. London and New York: Routledge, 2015.
- DUVAL, Julien. Concessions et conversions à l'économie: le journalisme économique en France depuis les années 80. **Actes de la recherche em sciences sociales**, n. 131-132, 2000.
- DUVAL, Julien. **Critique de la raison journalistique**. Paris: Le Seuil, 2004.
- DUVAL, Julien. Le journalisme à l'économie. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.131-132, 2000.
- DUVAL, Julien. Le mythe du “trou de la Sécu. Paris: Raisons d'Agir, 2000.

DUVAL, Julien. Une réforme symbolique de la sécurité sociale. Les médias et le «trou de la Sécu». **Actes de la recherche em sciences sociales**, n. 143, 2002.

GRANOVETTER, Mark. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **RAE-eletrônica**, v. 6, n. 1, 2007.

GRANOVETTER, Mark. Society and economy: framework and principles. Massachusetts and London: Harvard University Press, 2007

GUILBERT, Thierry. **L’«évidence» du discours néolibéral.** Analyse dans la presse écrite. Bellecombe-en-Bauges, Éditions du Croquant, 2011.

GUILBERT, Thierry. La “mise en évidence” du discours économique par la presse écrite. In: TEMMAR, Malika. ANGERMULLER, Johannes. LEBARON, Frédéric. **Les discours de l’économie.** Paris: Curapp-Ess Editions, 2013.

GUILBERT, Thierry. LEBARON, Frédéric. L’économie des mots et les mots de l’économie: analyse sociodiscursive des discours des dirigeants de la Banque Centrale Européenne, **Langage & Société**, n. 160-161, 2017.

LEBARON, Frédéric. Pour une sociologie de la production et de la diffusion des discours économiques. Réflexions à partir de l’exemple de la notion de modèle social. In: TEMMAR, Malika. ANGERMULLER, Johannes. LEBARON, Frédéric. **Les discours de l’économie.** Paris: Curapp-Ess Editions, 2013.

MARCHETTI, Dominique. El análisis sociológico de la producción de información mediática. **Comunicación y medios**, v. 17, n. 18, 2008.

PEDROSO NETO, Antonio. J. NASCIMENTO, Romário. R. **Fontes e vozes no jornalismo econômico.** Palmas: EDUFT, 2020.

PEDROSO NETO, Antonio. J. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros: gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 23, 2015.

PEDROSO NETO, Antonio. J. UNDURRAGA, Tomas. The elective affinity between elite economic journalists and mainstream economists in Brazil, **Journalism Studies**, v. 19, n. 15, 2017.

POLANYI, Karl. **A grande transformação:** as origens da nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

POLANYI, Karl. **A subsistência do homem e ensaios correlatos.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica.** Atlas: São Paulo, 2006.

Apresentação: Jornalismo e Economia

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã, **Tempo Social**, v. 16, n. 2, 2004.

SWEDBERG, Richard. The cat's dilemma and other questions for economic sociologists. In: **Principles of Economic Sociology**. Princeton, EUA: Princeton University Press, 2003.

TEMMAR, Malika. ANGERMULLER, Johannes. LEBARON, Frédéric. **Les discours de l'économie**. Paris: Curapp-Ess Editions, 2013.

UNDURRAGA, T. Making news, making the economy technological changes and financial pressures in Brazil. **Cultural Sociology**, v. 11, n. 1, 2016.