

Estudos de Sociologia

v. 30, n°3



Revista Semestral do Departamento de Sociologia e
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais
FCL – UNESP – Araraquara – v.30 – n.3 – 2° semestre de 2025

EXPEDIENTE

UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Reitora: Profa. Dra. Maysa Furlan

Vice-reitor: Prof. Dr. Cesar Martins

FCLAR – Faculdade de Ciências de Letras de Araraquara

Diretor: Prof. Dr. Cláudio Cesar de Paiva

Vice-diretora: Profa. Dra. Marcia Cristina Argenti

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Chefe: Prof. Dr. Edgar Teodoro da Cunha

Vice-chefe: Prof. Dr. Carlos Henrique Gileno

Assessora Administrativa: Tania Luci Manzolli

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Coordenador: Prof. Dr. Carlos Henrique Gileno

Vice-coordenadora: Prof. Dr. Dagoberto José Fonseca

Estudos de Sociologia / Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara. – Vol.1 (1996)-, - Araraquara: UNESP/FCLAR, Laboratório Editorial, 1996-

Semestral

Resumos em português, espanhol e inglês

A partir de 2008 versão online pelo Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER)

e-ISSN: 1982-4718

1. Sociologia 2. Política 3. Antropologia 4. Ciências Sociais 4.Ciências

Assistente Editorial: Paulo José de Carvalho Moura

Normalização: Luana Di Pires

Diagramação: Eron Pedroso Januskevictz

Revisão: Luana Di Pires

Revisão para o espanhol: Livia Valili

Revisão para o inglês: Jussara Ungari

Capa e Divulgação: Luana di Pires

Indexada por / Indexed by:

GeoDados – <http://www.geodados.uem.br>; ClaseCich-Unam; DOAJ – Directory of Open Access Journals <http://www.doaj.org>; IBZ – International Bibliography of Periodical Literature on the Humanities and Social Sciences; IBR – International Bibliography of Book Reviews os Scholarly Literature on the Humanities and Social Sciences; IPSA – International Political Science Abstracts; Sociological Abstracts

Redação e Contatos

Portal de Periódicos FCLAR – Unesp: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/index>

Contato Principal: Profa. Dra. Maria Chaves Jardim (Editora). E-mail: maria.jardim@unesp.br

Contato para Suporte Técnico: Luiz Borges (Biblioteca FCLAR). E-mail: straud.fclar@unesp.br

Faculdade de Ciências e Letras – Câmpus de Araraquara – Departamento de Ciências Sociais:

Rod. Araraquara-Jaú, km 1 – CP 174 – CEP 14800-901 – Araraquara – SP – Brasil. Fone: (16) 3334-6218

MISSÃO

A revista Estudos de Sociologia é uma publicação vinculada ao Departamento de Ciências Sociais e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UNESP/Ar e tem como missão publicar artigos e ensaios nacionais e internacionais na área da Sociologia e afins, buscando contribuir para o debate disciplinar e interdisciplinar das questões sociais clássicas e contemporâneas.

EDITORIA

Maria Aparecida Chaves Jardim	UNESP – Universidade Estadual Paulista, Araraquara/SP, Brasil
-------------------------------	---

EDITORIA EMÉRITA

Lucila Scavone	UNESP – Universidade Estadual Paulista, Araraquara/SP, Brasil
----------------	---

CONSELHO EDITORIAL NACIONAL

Ana Lúcia Castro	UNESP – Universidade Estadual Paulista, Araraquara/SP, Brasil
João Carlos Soares Zuin	UNESP – Universidade Estadual Paulista, Araraquara/SP, Brasil
Maria Teresa Miceli Kerbaux	UNESP – Universidade Estadual Paulista, Araraquara/SP, Brasil

CONSELHO EDITORIAL INTERNACIONAL

Monique De Saint-Martin, École des Hautes Études en Sciences Sociales	EHESS, França
Philippe Steiner	PARIS IV – Université Paris-Sorbonne e Institut Universitaire de France, França

CONSELHO CIENTÍFICO NACIONAL

Anete Brito Leal Ivo	UFBA – Universidade Federal da Bahia – Salvador / BA
Antonádia Monteiro Borges	UNB – Universidade de Brasília - Distrito Federal
Cornelia Eckert	UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre/RS
Eduardo Garuti Noronha	UFSCar – Universidade Federal de São Carlos – São Carlos/SP

Gabriel Cohn	USP – Universidade de São Paulo – São Paulo/SP
Heitor Frúgoli Junior	USP – Universidade de São Paulo – São Paulo/SP
Irlys Alencar Firmo Barreira	UFC – Universidade Federal do Ceará – Fortaleza/Ceará
Jacob Carlos Lima	Universidade Federal de São Carlos, Centro de Educação e Ciências Humanas, Departamento de Sociologia.
José Antonio Segatto	UNESP – Universidade Estadual Paulista - Araraquara/SP
José Vicente Tavares dos Santos	UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre/RS
Lourdes Maria Bandeira	UnB – Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia.
Marco Antônio Teixeira Gonçalves	UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro - Rio de Janeiro/RJ
Maria Arminda do Nascimento Arruda	USP – Universidade de São Paulo/São Paulo - SP
Profa. Dra. Meryl Adelman	UFPR – Universidade Federal do Paraná – Curitiba/PR
Nadya Araujo Guimarães	Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas
Roberto Grün	UFSCar – Universidade Federal de São Carlos – São Carlos/SP
Sérgio França Adorno de Abreu	USP – Universidade de São Paulo – São Paulo/SP

CONSELHO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Ana Piedade Monteiro	Universidade de Zambeze, Moçambique
Annie Thébaud-Mony	INSERM – Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale, Paris, França
Adriana Bebiano	Instituição Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
Elizabeth Ewart	University of Oxford, Londres, Reino Unido
Frederic Lebaron	École Normale Supérieur Paris-Saclay, França
Gerard Mauger	EHESS – École des hautes Études en Sciences Sociales, França
Hinnerk Bruhns	Directeur de recherche émérite au Centre National de Recherches Scientifiques (CNRS) et membre du Centre de recherches historiques (EHESS/CNRS), Paris, França
István Mészáros	Universidade de Sussex, Reino Unido

Jaime Amparo Alves	University of New York City/ Universidade da Califórnia, Santa Bárbara, Estados Unidos
Joseph Yvon Thériault	Universidade de Montréal/ UQUAM, Montréal, Canadá
Klaus von Lampe	City University of New York/CUNY, New York, Estados Unidos
Marie-Blanche Tahon	Universidade de Ottawa/UOTTAWA, Ottawa, Canadá
Mariano Fernandez Enguita	USAL – Universidade de Salamanca/US Salamanca, Espanha
Marta Araújo	UC - Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
Massimiliano Minelli	Università degli Studi di Perugia, Itália
Michael Löwy	CNRS - Centre National de la Recherche Scientifique, França
Paul Henley	University of Manchester, Reino Unido
Pablo Gonzáles Casanova	UNAM – Universidad Nacional Autónoma de México - México

Pareceristas do v.30, nº 3 (2025)

A Revista Estudos de Sociologia agradece a colaboração dos seguintes consultores que emitiram pareceres:

Allana Meirelles	UNESP
Ana Carolina Bischoffe	UFSCar
Antonio José Pedroso Neto	UFT
Bruno Bareirros	UFBA
Diego Fraga	UFRJ
Julien Duval	EHESS
Marcio Rogério da Silva	UFSCar
Marcia Mazon	UFSC
Nicolás Vladimir Chuchco	National University of Tres de Febrero (Argentina)
Silvio Candido	UFSCar
Thais Joi Martins	UFV
Thomas Undurraga	Universidad Alberto Hurtado (Chile)

SUMÁRIO

DOSSIÊ: JORNALISMO E ECONOMIA

Antonio José Pedroso Neto e Ana Carolina Bichoffe

Apresentação: Jornalismo e Economia.....	1041
<i>Antonio José Pedroso Neto e Ana Carolina Bichoffe</i>	

ARTIGOS

Une analysee structurale du journalisme économique.....	1057
<i>Julien Duval</i>	

Reflexions sur le discours neoliberal dans les medias : une intrication au service de l’austerite	1077
<i>Thierry Guilbert</i>	

A difusão da “lógica econômica”: padrões e diversificação no mercado de opiniões brasileiro.....	1101
<i>Allana Meirelles</i>	

Folha de S. Paulo, lei Rouanet e o mercado de patrocínios culturais incentivados: uma análise a partir da sociologia econômica	1123
<i>Rafaela Araújo Lopes e Bruno Costa Barreiros</i>	

El periodismo de datos y los usos de indicadores de buena gobernanza y calidad institucional en Argentina (1996-2018).....	1151
<i>Nicolás Vladimir Chuchco</i>	

Neoliberalização e imprensa: enquadramentos sobre as contrarreformas no regime de Uma Ponte Para o Futuro.....	1173
<i>Diego Fraga</i>	

A dinâmica territorial da industrialização em Taubaté - SP no jornalismo empresarial local (1937-1942).....	1197
<i>Monica Franchi Carniello e Moacir José Dos Santos</i>	

A revolução televisionada: a cobertura jornalística do controle do desmatamento da Amazônia brasileira.....	1217
<i>Silvio Eduardo Alvarez Candido, Julia Ortolani Barbosa e Gustavo Mendonça Ferratti</i>	

ENTREVISTA

“Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise” an interview with Tiago Mata	1243
<i>Tomás Undurraga</i>	

VARIA

Trajetórias disposicionais universitárias: o estudo dos alunos egressos da UFRB e da UFGD.....	1261
<i>Thais Joi Martins, Márcio Rogério Silva e Julio Cesar Donadone</i>	
Governar pelo afeto: emoções e poder simbólico no discurso empresarial da revista Exame.....	1283
<i>Lucas Flôres Vasques</i>	

TABLE OF CONTENTS

DOSSIER: JOURNALISM AND ECONOMICS

Antonio José Pedroso Neto and Ana Carolina Bichoffe

Presentation: Journalism and Economics.....	1041
<i>Antonio José Pedroso Neto and Ana Carolina Bichoffe</i>	

ARTICLES

A structural analysis of economic journalism.....	1057
<i>Julien Duval</i>	

Reflections on neoliberal discourse in the media: an entanglement in the service of austerity	1077
<i>Thierry Guilbert</i>	

The diffusion of "economic logic": patterns and diversification in the Brazilian market of opinions	1101
<i>Allana Meirelles</i>	

Folha de S. Paulo, Rouanet law and the market of incentivized cultural sponsorships: an analysis from economic sociology	1123
<i>Rafaela Araújo Lopes and Bruno Costa Barreiros</i>	

Data journalism and the uses of indicators of good governance and institutional quality in Argentina (1996-2018).....	1151
<i>Nicolás Vladimir Chuchco</i>	

Neoliberalization and the press: framings of the counter-reforms under the <i>Uma Ponte Para o Futuro</i> regime	1173
<i>Diego Fraga</i>	

The territorial dynamics of industrialization in Taubaté - SP, in local corporate journalism (1937–1942)..... 1197

Monica Franchi Carniello and Moacir José Dos Santos

Televised revolution: journalistic coverage of deforestation control in the Brazilian amazon Abstract..... 1217

Silvio Eduardo Alvarez Candido, Julia Ortolani Barbosa and Gustavo Mendonça Ferratti

INTERVIEW

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata..... 1243

Tomás Undurraga

VARIES

University dispositional trajectories: a study of students graduate from UFRB and UFGD..... 1261

Thais Joi Martins, Márcio Rogério Silva and Julio Cesar Donadone

Governing through affect: emotions and symbolic power in the corporate discourse of Exame magazine..... 1283

Lucas Flôres Vasques

TABLA DE CONTENIDO

DOSSIER: PERIODISMO Y ECONOMÍA

Antonio José Pedroso Neto e Ana Carolina Bichoffe

Presentación: Periodismo y economía	1041
<i>Antonio José Pedroso Neto e Ana Carolina Bichoffe</i>	

ARTÍCULOS

Un análisis estructural del periodismo económico	1057
<i>Julien Duval</i>	

Reflexiones sobre el discurso neoliberal en loofmedios: un enredo al servicio de la austeridad	1077
<i>Thierry Guilbert</i>	

La difusión de la ‘lógica económica’: patrones y diversificación en el mercado de opiniones brasileño.....	1101
<i>Allana Meirelles</i>	

Folha de S. Paulo, ley Rouanet y el mercado de patrocinios culturales incentivados: un análisis desde la sociología económica	1123
<i>Rafaela Araújo Lopes y Bruno Costa Barreiros</i>	

El periodismo de datos y los usos de indicadores de buena gobernanza y calidad institucional en Argentina (1996-2018).....	1151
<i>Nicolás Vladimir Chuchco</i>	

Neoliberalización y prensa: enmarcamientos de las contrarreformas bajo el régimen de Uma Ponte Para o Futuro.....	1173
<i>Diego Fraga</i>	

La dinámica territorial de la industrialización en Taubaté - SP en el periodismo empresarial local (1937–1942)	1197
--	------

Monica Franchi Carniello y Moacir José Dos Santos

La revolución televisionada: Cobertura periodística del control de la deforestación en la amazonía brasileña.....	1217
---	------

Silvio Eduardo Alvarez Candido, Julia Ortolani Barbosa y Gustavo Mendonça Ferratti

ENTREVISTA

“El periodismo interesante surge cuando los periodistas prueban nuevas ideas, prueban nuevas formas de representar la economía y no se dejan intimidar por la autoridad de la experiencia establecida” entrevista con Tiago Mata.....	1243
---	------

Tomás Undurraga

VARIA

Trayectorias disposicionales universitarias: un estudio de estudiantes graduados de la UFRB y UFGD	1261
--	------

Thais Joi Martins, Márcio Rogério Silva y Julio Cesar Donadone

Gobernar a través del afecto: emociones y poder simbólico en el discurso empresarial de la revista Exame	1283
--	------

Lucas Flôres Vasques

TABLE OF CONTENTS OF TEXTS TRANSLATED

DOSSIER: JOURNALISM AND ECONOMICS

Antonio José Pedroso Neto and Ana Carolina Bichoffe

Presentation: Journalism and Economics.....	1303
<i>Antonio José Pedroso Neto and Ana Carolina Bichoffe</i>	

ARTICLES

A structural analysis of economic journalism.....	1317
<i>Julien Duval</i>	

<i>Uma análise estrutural do jornalismo econômico.....</i>	<i>1335</i>
<i>Julien Duval</i>	

Reflections on neoliberal discourse in the media: an entanglement in the service of austerity	1355
<i>Thierry Guilbert</i>	

<i>Reflexões sobre o discurso neoliberal na mídia: um entrelaçamento a serviço da austeridade.....</i>	<i>1375</i>
<i>Thierry Guilbert</i>	

The diffusion of "economic logic": patterns and diversification in the Brazilian market of opinions	1397
<i>Allana Meirelles</i>	

Folha de S. Paulo, Rouanet law and the market of incentivized cultural sponsorships: an analysis from economic sociology	1419
<i>Rafaela Araújo Lopes and Bruno Costa Barreiros</i>	

Data journalism and the uses of indicators of good governance and institutional quality in Argentina (1996-2018).....	1445
<i>Nicolás Vladimir Chuchco</i>	
<i>Jornalismo de dados e o uso de indicadores de boa governança e qualidade institucional na Argentina (1996-2018).....</i>	<i>1467</i>
<i>Nicolás Vladimir Chuchco</i>	
Neoliberalization and the press: framings of the counter-reforms under the <i>Uma Ponte Para o Futuro</i> regime	1489
<i>Diego Fraga</i>	
The territorial dynamics of industrialization in Taubaté - SP, in local corporate journalism (1937–1942).....	1511
<i>Monica Franchi Carniello and Moacir José Dos Santos</i>	
Televised revolution: journalistic coverage of deforestation control in the Brazilian amazon Abstract.....	1531
<i>Silvio Eduardo Alvarez Candido, Julia Ortolani Barbosa and Gustavo Mendonça Ferratti</i>	

INTERVIEW

<i>“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata.....</i>	<i>1555</i>
<i>Tomás Undurraga</i>	

VARIES

University dispositional trajectories: a study of students graduate from UFRB and UFGD.....	1571
<i>Thais Joi Martins, Márcio Rogério Silva and Julio Cesar Donadone</i>	
Governing through affect: emotions and symbolic power in the corporate discourse of Exame magazine.....	1593
<i>Lucas Flôres Vasques</i>	

Dossiê: jornalismo e economia

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; Angermüller; 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 seguridade 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>, ajpedroso@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 obrigatória 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-cOLUMNISTAS 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.

Esquadrinhando 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 orchestrador – 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 orchestrador 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 expertos 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.

Analisaram 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 se 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 traba-

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 Candido, 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 – estrangimentos 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 heterônomos 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 Sociologia), 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 em 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.

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.

Artigos

UNE ANALYSE STRUCTURALE DU JOURNALISME ÉCONOMIQUE

A STRUCTURAL ANALYSIS OF ECONOMIC JOURNALISM

UN ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL PERIODISMO ECONÓMICO

Julien DUVAL *

RÉSUMÉ : Ce texte revient sur une recherche sociologique menée sur le journalisme économique en France autour de 2000. Dans un premier temps, on présente les grandes conclusions et résultats auxquels la recherche a abouti. Dans un deuxième temps, on propose un retour réflexif sur la perspective qui a permis d'obtenir à ses conclusions. Tout en indiquant ce que cette perspective doit à des orientations prises, au même moment par d'autres chercheurs, on entreprend alors de caractériser cette perspective sur un plan théorique. On traite également des choix de méthode qui ont été faits lors de la réalisation de l'enquête et qui répondent tant aux orientations théoriques de la perspective développée qu'aux difficultés que l'on a pu rencontrer en enquêtant sur le journalisme économique.

MOTS-CLÉ : Journalism économique. Sociologie du journalisme. Théorie des champs. Visions du monde.

ABSTRACT: *This text revisits sociological research conducted on economic journalism in France around 2000. First, the main conclusions and findings of the research are presented. Second, a reflective review of the perspective that led to these conclusions is offered. While indicating how this perspective owes much to approaches taken by other researchers at the same time, we then set out to characterise this perspective on a theoretical level. We also discuss the methodological choices made during the survey, which reflect both the theoretical orientations of the perspective developed and the difficulties encountered in researching economic journalism.*

* Docteur en sociologie de l'École des hautes études en sciences sociales. Centre national de la recherche scientifique (CNRS), affecté au Centre européen de sociologie et de science politique (CNRS-EHESS-Université Paris 1). ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-4284-6170>. E-mail: jduval@msh-paris.fr.

KEYWORDS: *Economic journalism. Sociology of journalism. Field theory. Worldviews.*

RESUMEN: *Este texto retoma una investigación sociológica realizada sobre el periodismo económico en Francia alrededor del año 2000. En primer lugar, se presentan las principales conclusiones y resultados a los que llegó la investigación. En segundo lugar, se propone una reflexión sobre la perspectiva que permitió llegar a estas conclusiones. Al tiempo que se indica lo que esta perspectiva debe a las orientaciones adoptadas en ese mismo momento por otros investigadores, se emprende una caracterización teórica de dicha perspectiva. También se abordan las opciones metodológicas que se tomaron durante la realización de la encuesta y que responden tanto a las orientaciones teóricas de la perspectiva desarrollada como a las dificultades que se pudieron encontrar al investigar sobre el periodismo económico.*

PALABRAS CLAVE: *Periodismo económico. Sociología del periodismo. Teoría de los campos. Visiones del mundo.*

Je voudrais revenir, dans ce texte, sur une recherche que j'ai menée sur le journalisme économique en France à la fin des années 1990 et au début des années 2000¹, en explicitant, conformément à l'objet de ce numéro de *Estudos de Sociologia*, la perspective que j'ai développée sur le plan à la fois théorique et empirique. Le fait que la recherche a été menée il y a à présent plus de 20 ans n'a peut-être pas beaucoup d'incidence car peu de travaux ont été réalisés, en France, depuis cette date (Guilbert, 2011 ; Machut, 2019 ; Castelanelli, 2021) et que les grandes orientations des analyses que j'avais à l'époque développées conservent sans doute aujourd'hui pour l'essentiel leur validité. La conjoncture politico-idéologique n'a certainement pas changé du tout au tout. Le temps qui a passé m'a permis en revanche de prendre un peu de recul pour caractériser la perspective que j'avais développée sur le journalisme économique. Certains traits (importants) de cette perspective répondaient à des dynamiques qui dépassaient ma recherche et dans lesquelles je me suis inscrit spontanément, sans les concevoir comme des « partis-pris » délibérés. Je n'aurais sans doute pas été capable de les énoncer totalement au moment où la recherche a été menée.

Ma préoccupation centrale n'était peut-être pas tant de développer une perspective originale sur l'objet du journalisme économique que d'explorer sociologiquement cet objet qui paraissait très peu étudié. Au moment où j'ai engagé ce travail, dans les années 1990, il existait en France très peu de recherches sur le journalisme économique et, comme indiqué, cela n'a pas considérablement changé. On peut avancer quelques hypothèses pour esquisser une explication

¹ Cette recherche a été publiée pour l'essentiel en français dans un livre : (Duval, 2004).

de ce phénomène. Les économistes français s'intéressent peu aux journalistes économiques, sans doute parce que l'information que ceux-ci produisent ou font circuler est un bien immatériel. On peut rappeler également que, dans le modèle de concurrence pure et parfaite, la circulation de l'information est supposée se faire sans obstacle ; elle n'apparaît donc pas comme un « problème » qu'il faudrait étudier. Le journalisme économique suscite par ailleurs peu d'intérêt chez les sociologues, les politistes ou les spécialistes du domaine transdisciplinaire qui est appelé « science de l'information et de la communication ». L'étude du journalisme se répartit en effet entre ces trois disciplines. Dans les deux premières, elle a une place un peu marginale, chaque discipline tendant à considérer qu'elle relève plutôt de l'autre. Les politistes ont tendance à considérer que les journalistes détiennent un pouvoir un peu secondaire par rapport à celui qu'exercent les parlementaires ou les hauts fonctionnaires – qui seraient censés par ailleurs « contrôler » largement les journalistes –, et qu'il n'est donc pas prioritaire de les étudier. Peu de sociologues s'intéressent, de leur côté, au journalisme. Un objet privilégié de la sociologie reste assurément les classes populaires, les problèmes qui sont constitués comme « problèmes sociaux » dans le débat public. Les sociologues s'intéressant aux élites restent peu nombreux et se centrent sur les patrons ou les milieux fortunés. Le journalisme occupe de même une place périphérique dans la « sociologie de la culture ». Au total, il est peu étudié et lorsqu'il l'est, les chercheurs ne s'intéressent guère, y compris dans les sciences de l'information et de la communication, à un journalisme économique qui leur paraît sans doute un peu rébarbatif (et moins attractif que, par exemple, le journalisme politique).

Il a fallu un concours de circonstances particulier pour que je m'intéresse à lui. La conjoncture de la fin des années 1990 a certainement compté dans le déclenchement de ma recherche et dans la forme qu'elle a prise. L'effondrement de l'Union soviétique en Europe, l'idée que le « capitalisme avait gagné » ou qu'« il n'y avait pas d'alternative », l'affirmation du néo-libéralisme, symbolisée par l'accession au pouvoir, au début des années 1980, par Ronald Reagan et de Margaret Thatcher à la tête de deux puissances importantes, rendait sensible à la manière dont l'économie était traitée, commentée dans les médias. Le développement que le journalisme économique avait connu depuis les années 1980 en France, attirait l'attention. Il passait parfois pour une forme de conversion à un journalisme anglo-saxon. Les médias, de façon générale, suscitaient une réflexion critique car le traitement de l'information connaissait des modifications rapides, avec l'apparition de chaînes télévisées privées (celles-ci n'étaient apparues qu'à partir de 1984 en France) et bientôt les premières chaînes d'information en continu. Par ailleurs – j'y reviendrai – mon intérêt pour le journalisme économique n'est pas étranger au fait que, du moins dans le centre de recherche où j'étais, un intérêt nouveau se manifestait, d'une part, pour les médias et, d'autre part, pour la sociologie économique.

Je vais essayer d'exposer la perspective que j'ai développée sur le journalisme économique mais en tenant compte du fait que, pour des raisons que j'ai déjà évoquées, je ne l'ai pas formulée en amont et n'en étais pas totalement conscient en travaillant. Certains aspects de ma recherche ont résulté de formes d'automatismes ou d'évolutions qui se produisaient autour de moi. Pour cette raison, je vais commencer par évoquer cette perspective au travers des analyses qu'elle m'a produites. Dans un second temps, j'essaierai de la caractériser en termes d'orientation théorique, de méthodes de recherche ; j'évoquerai également certaines difficultés auxquelles la recherche s'est heurtée et dont la perspective adoptée est aussi la résultante.

Une analyse du journalisme économique en France

Je pourrais synthétiser ma recherche en disant qu'elle a consisté, d'une part, à interroger la vision de l'économie qui était donnée dans les médias français à l'époque de ma recherche et, d'autre part, à rapporter cette vision à différents types de contraintes qui s'exerçaient sur le journalisme économique.

La vision journalistique de l'économie

Un premier pan de la recherche a consisté à faire apparaître que le traitement journalistique de l'économie obéissait à un certain nombre de principes qui, s'ils souffrent quelques exceptions, ont une validité très générale. En effet, malgré quelques cas atypiques – mais marginaux dans le champ journalistique – comme, par exemple, le quotidien *L'Humanité* longtemps considéré comme « l'organe du Parti communiste français » -, le journalisme économique revêtait à l'époque de l'enquête une forte homogénéité dans les médias qui occupaient les positions les plus élevées dans le monde journalistique, en raison de leur audience étendue ou/et de l'autorité dont ils bénéficiaient (ils étaient très lus dans les autres rédactions (économiques) et ils étaient régulièrement repris par leurs confrères). Une liste des médias satisfaisant l'un de ces critères, ou les deux simultanément, pouvait être esquissée : grandes chaînes de télévisions et stations de radio (TF1, France 2, France Inter, Europe 1, RTL, France Info), grands journaux généralistes (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Express*...) et principaux titres de la presse économique (*Les Échos*, *La Tribune*, *L'Expansion*...)

Dans ces médias, le traitement de l'économie engage quotidiennement une vision du monde qui, pour sembler aller de soi (elle nous est devenue très familière), reste très particulière. Elle repose, par exemple, sur l'hypothèse que « l'économie » peut être isolée sans dommage de l'ensemble des activités humaines.

Nous sommes ainsi habitués à l'existence de médias, de pages et de journalistes qui, spécialisés dans l'économie, traitent de « l'actualité économique » et seulement d'elle. « L'économie » (ou plus exactement, ce que les médias appellent ainsi), n'a pourtant rien d'un domaine autosuffisant. Comme le rappellent régulièrement des sociologues, des données couramment considérées comme « économiques », ne s'expliquent pas uniquement par des facteurs « économiques ». Un prix, par exemple, ne résulte pas seulement du rapport économique entre une offre et une demande ; sa formation fait aussi intervenir les croyances et les goûts de groupes sociaux, des phénomènes de mode ou des rapports de forces politiques. Appliquée aux discours journalistiques, cette remarque implique, par exemple, qu'un lecteur désireux de bien comprendre le prix du pétrole et ses variations, aurait tout intérêt à ne pas limiter sa lecture aux pages « économiques », mais à se reporter également aux pages « internationales ».

Considérée dans les médias comme un domaine spécifique, « l'économie », est, en particulier, presque toujours séparée du « social ». Vers 2000, il n'était plus guère de média important en France qui, comme *Le Monde* dans les années 1970, disposait d'un service « économique et social » et fasse se côtoyer, par exemple, le traitement des revendications qui sous-tendent une grève et une analyse de conjoncture. À de rares exceptions près, les médias séparaient « l'économie » et le « social ». Un même journal pouvait ainsi commenter, dans ses pages économiques, la stratégie d'une firme supprimant des emplois et, dans ses rubriques « sociales » (d'ailleurs, beaucoup moins importantes que les premières en termes de surface), traiter du « chômage » et de ses conséquences « humaines ». Cette séparation entre en contradiction avec nombre de pensées économiques qui concilient « l'économie » et « le social » : la démonstration est assez évidente pour le socialisme et le keynésianisme, mais même les responsables politiques se réclamant ouvertement du libéralisme économique, prennent régulièrement la peine de préciser que leurs recommandations ne sont pas seulement profitables pour « l'économie », mais aussi « d'un point de vue social ».

La séparation de « l'économie » et du « social » commande dans les journaux une série de distinction : ainsi, celle de « l'immobilier » (censé relever de l'économie avec les variations des prix, l'état du marché, les opportunités d'achat, voire les occasions de plus-value) et du « logement » (réputé relever des rubriques sociales ou politiques). Si un lecteur désireux de comprendre certains phénomènes économiques majeurs (comme le prix du pétrole et ses variations) ou d'accéder à une vision politique de la vie économique et sociale, ne peut être satisfait par les seules pages économiques des médias quotidiens, c'est qu'il demande à ces dernières de remplir un objectif qui leur est de plus en plus étranger. Par le passé, un objectif pédagogique ou politique a pu animer les services économiques dans des journaux importants, au *Monde* par exemple dans les années 1970, mais aussi dans

une certaine mesure un magazine spécialisé comme *L'Expansion* ; les journalistes se tournaient sensiblement plus qu'aujourd'hui vers des agents qui, comme les universitaires, les syndicalistes ou les élus, portent un regard savant ou politique sur » l'économie ». Ces objectifs pouvaient survivre dans les années 1990 mais ils étaient relégués au second plan (au *Monde* par exemple, dans un supplément hebdomadaire). À quelques exceptions, le but principal de la presse (des pages ou des rubriques) économique(s), consiste moins à informer un citoyen, qu'à fournir aux agents économiques les informations censées leur être utiles dans leurs activités économiques. À cet égard, le succès des rubriques économiques au cours des années 1980 et 1990 avait valeur de symbole : elles s'étaient multipliées à la radio et sont apparues dans des journaux où elles n'existaient pas (*Libération*), mais elles restaient presque toujours conçues pour des épargnants et des chefs d'entreprise.

Pour une part très importante, le journalisme économique consiste à fournir des informations aux agents économiques, décideurs, cadres d'entreprises, épargnants ou (en particulier, dans les médias les plus généralistes) simples consommateurs. Les titres financiers pratiquent bien souvent un journalisme de conseils. Dans les années 1990, notamment à la suite du succès rencontré par le mensuel *Capital*, les questions pratiques (« où placer votre argent ? », « quelles sont les entreprises qui payent le mieux ? », « immobilier : faut-il acheter ? »), montaient en puissance dans la presse économique française, au détriment des questions générales de macroéconomie ou de politique économique. Le journalisme économique tendait à adopter et à naturaliser un point de vue d'agent économique. Par exemple, il faisait sien le cynisme rationnel de dirigeants économiques lorsque, face à un plan de licenciement, il se demandait simplement si celui-ci correspondait, ou non, à une bonne décision au regard de la position de l'entreprise sur son marché. Ses incursions dans des domaines ou des institutions irréductibles à des enjeux proprement économiques, montraient, quant à elles, qu'il se définissait d'abord par un point de vue réducteur ; il n'était pas rare, lors de ces incursions, que les journalistes réduisent, par exemple, les enjeux de santé ou d'éducation à des considérations de coût ou une activité comme l'édition à des questions de chiffres d'affaires et de *best-sellers*.

Pour synthétiser ces points, je m'appuyais sur une remarque du sociologue Michael Schudson qui observait au sujet des médias étasuniens :

En page de une, les journalistes répondent aux questions du lecteur qui se demande "Que s'est-il passé dans le monde aujourd'hui, que je dois savoir *en tant que citoyen*, membre d'une communauté, d'un pays, du monde ?". Dans les pages économiques, les journalistes présupposent des lecteurs qui demandent "Que s'est-il passé dans le monde aujourd'hui que je dois savoir *en tant qu'actionnaire* pour préserver ou améliorer mes intérêts financiers ?" » (Schudson, 1996, p. 14).

Des façons proches, quoiqu'un peu différentes, de résumer le premier pan de la recherche peuvent consister à dire que le journalisme économique, tel qu'il s'exerce aujourd'hui en France, donne la plupart du temps une vision du monde économique fondée sur des principes en affinité avec le libéralisme aujourd'hui dominant dans le monde politique. Le journalisme économique véhicule parfois un discours idéologique explicite, mais le plus souvent un discours qui, selon une distinction qu'opérait Pierre Bourdieu², est de l'ordre d'une *doxa* et cette *doxa* est liée à des catégories, à une vision du monde propre au champ économique. Tout champ, en tant qu'il s'organise autour d'enjeux propres (considérés comme centraux alors qu'ils sont secondaires, voire totalement ignorés, dans d'autres espaces sociaux), s'accompagne en effet d'une vision du monde qui lui est propre.

La dépendance du journalisme au champ économique

Mais l'adoption d'un tel point de vue qui est davantage celui d'un « agent économique » que d'un citoyen ou d'un savant, n'est pas le résultat d'un choix de la part des journalistes économiques. Elle semble plutôt commandée par la forte dépendance du journalisme au monde économique. Source de contraintes pour les journalistes, cette subordination s'est accentuée au cours de la période récente.

Le journalisme économique est, en un sens, plongé dans le monde économique. D'abord, il s'exerce presque toujours dans le cadre d'entreprises privées, détenues, de surcroît, au moins en partie par des groupes de type capitaliste. Cette caractéristique n'est pas nouvelle, mais elle s'est en grande partie renforcée en France depuis les années 1980. À la télévision, l'apparition de chaînes privées a réduit le rôle de l'État. Des groupes capitalistes ont acquis, par ailleurs, un poids certain dans le capital de journaux qui restaient, au début des années 1980 conçus comme des « entreprises de journalistes » (*Libération* ou *Le Monde*). De façon plus générale, un mouvement de restructuration dans la presse écrite a limité le poids des groupes dont la presse est le seul métier. Les médias sont aujourd'hui souvent détenus par des groupes dont la presse n'est pas l'activité principale. Ces groupes sont de ce fait moins portés que ceux dont la presse est le seul métier, à regarder « l'information » comme un bien économique spécifique. Par ailleurs, leurs intérêts, investis dans des secteurs différents, n'avaient que plus de chances d'entrer en conflit avec l'information traitée dans les rubriques économiques. Les médias importants ne sont pas seulement souvent détenus par des groupes capitalistes, ils tirent aussi une partie vitale de ressources publicitaires provenant de groupes de même type. Enfin, les sources des journalistes économiques sont, de façon très privilégiée, des

² Voir par exemple (Bourdieu, 2015 et 2016).

dirigeants de grandes entreprises (ou leurs services de communication). L'exercice du journalisme économique apparaît donc indissociable d'une série d'échanges avec des pouvoirs économiques.

Ce fait, évidemment, n'échappe pas aux journalistes, mais ceux qui s'expriment généralement sur leur profession, font très souvent valoir que cette collaboration est sans effet majeur sur le traitement de l'actualité économique : celui-ci serait globalement « neutre » et « objectif ». Des exemples illustrent cet argument. Il peut ainsi arriver qu'un organe de presse publie des informations défavorables aux intérêts de l'un de ses propriétaires ou d'un gros annonceur. De même, beaucoup de journalistes rapportent qu'en des circonstances précises, leur rédaction a traité « librement » d'un sujet délicat, quitte à engager un « bras de fer » avec un actionnaire ou à perdre un budget publicitaire important. Ces anecdotes qui flattent l'honneur professionnel, occultent les contre-exemples, dont l'existence est tout autant avérée (et que certains journaux peuvent rendre publique, en consacrant un article aux pressions ou aux censures dont aurait été victime un confrère).

Mais ces contre-exemples ne sont pas les seules objections à la thèse de la « liberté » et de la « neutralité » du journalisme économique. Ces pressions et censures ne sont, en effet, que l'une des manifestations d'une dépendance multiforme. Les sources, par exemple, ont des interactions personnelles avec les journalistes économiques mais n'ont pas, en règle générale, de pouvoir direct sur eux. Elles sont pourtant régulièrement tentées d'en acquiescer, en créant des relations d'obligation (les cadeaux offerts aux journalistes ou une excessive courtoisie, sont, on le sait, deux stratégies régulièrement usitées par les entreprises privées). Face à leurs sources, les journalistes économiques sont moins « libres » qu'un regard superficiel ne le laisse penser et, dans ces relations qui s'inscrivent souvent dans la durée (ainsi, pour les « rubricards »), un usage irréfléchi de la « liberté » peut avoir des conséquences fâcheuses (le journaliste est coupé de sa source). Les relations avec les propriétaires et les annonceurs sont différentes. Dans les grandes entreprises de presse, les journalistes n'ont pas de contact personnel avec ces groupes qui disposent pourtant d'un pouvoir assez direct sur eux. Mais, la plupart du temps, ce pouvoir s'exerce de façon invisible, sans avoir à prendre la forme d'un rappel à l'ordre, par les mécanismes d'autocensure, par le biais de « l'esprit d'entreprise » ou, simplement, par l'effet de la répugnance à accomplir un acte voué à paraître « ingrat ». Ce système de dépendance n'exclut pas seulement du traitement journalistique, des sujets touchant directement aux intérêts particuliers des actionnaires, des annonceurs ou des sources les plus vitales, mais aussi des questions et des problématiques. Entre autres exemples, on repèrât au début des années 2000, un penchant à alimenter une vision enchantée du « monde de l'entreprise », comme dans l'hostilité fréquente à l'égard de la fonction publique. Les journalistes économiques sont pris dans « l'économie » dont ils parlent, ils ne sauraient en traiter avec la neutralité d'observateurs qui lui seraient extérieurs.

La dépendance au champ économique passe également par « le public ». Le regard journalistique y voit souvent, un peu vite, une contrainte vertueuse : alors que servir les intérêts des annonceurs ou des annonceurs est très largement condamné dans la profession, le souci de satisfaire les attentes du « lecteur » y est, au contraire, très valorisé. Le « lecteur » n'a rien d'un individu abstrait. Dans la presse et les rubriques spécialisées dans l'économie, il prend surtout les traits de dirigeants économiques ou de cadres d'entreprises privés. Cela ne tient pas seulement au fait que les « consommateurs » d'informations se recrutent, de façon majoritaire - même pour des médias généralistes comme la radio ou la télévision - dans les groupes sociaux les plus privilégiés ; cela résulte également de la dépendance des médias au marché publicitaire. Pour attirer les annonceurs, les médias ont, en effet, intérêt à compter parmi leurs lecteurs les clients les plus recherchés par les annonceurs, à savoir les personnes ayant un pouvoir d'achat *élevé* ou les cadres qui ont une influence, dans *les* entreprises ou les administrations, sur les achats collectifs.

Sur le marché publicitaire, « les lecteurs » ne sont pas (seulement) des « citoyens » égaux. Il en est de même dans des médias qui, pour leurs profits ou du moins leur survie, dépendent en partie de ce marché. Dans la presse économique, certains titres sont, de notoriété publique, des « pièges à pub » : ils ne doivent pas leur existence à un projet journalistique ; le « rédactionnel » n'y a pour fonction que d'attirer un lectorat très prisé des annonceurs et, du même coup, des recettes publicitaires. Sans être aussi cynique, la conception des pages économiques dans les journaux généralistes ou politiques, n'est pas totalement étrangère à ces considérations. Le développement des pages économiques dans certains grands quotidiens dans les années 1980 renvoie à l'accroissement de la part des groupes sociaux économiquement les mieux dotés (les « CSP + ») dans leur lectorat. S'agissant de l'audiovisuel, les chaînes et les stations dédiées à l'information économique doivent bien sûr leur apparition à la valeur de leur public sur le marché publicitaire.

Le développement du « journalisme économique » est lié au souci croissant d'attirer ce qu'on appelle en France des « cadres » et qui sont des agents économiques particulièrement prisés des annonceurs. La grande presse parisienne avait certes toujours visé un lectorat socialement élevé. En 1945 par exemple, les fondateurs du *Monde* voulaient s'adresser aux « cadres de la société française ». Mais ceux-ci ne coïncidaient pas avec la population des « cadres » dans lesquels les médias contemporains cherchent à accroître leur « pénétration ». La signification prêtée au terme de « cadre » dans l'univers de la presse semble en effet avoir changé. *Le Monde* visait un lectorat largement lié à l'État et à la fonction publique ; l'image professorale qu'il a longtemps eue (et entretenue) renvoyait à un public composé, au moins pour une part, d'universitaires et d'enseignants. Dans les années 1990, le cadre semble essentiellement défini par son pouvoir d'achat. Il n'est plus représenté

sous les traits d'un haut fonctionnaire mais comme un salarié du secteur privé qui dispose d'un pouvoir d'achat important et d'un certain pouvoir de décision dans son entreprise.

Dans ces conditions, l'impératif de « servir le lecteur » renforçait la dépendance du journalisme au monde économique. Le « lecteur » qu'il faut servir, appartient à une population qui bénéficie largement du champ économique tel qu'il est et qui est, de ce fait, portée à approuver (voire à réclamer) une vision enchantée de « l'économie ». Dans la mesure où les abonnements d'entreprises constituent, pour beaucoup de publications spécialisées, un moyen d'accroître leur diffusion et leur taux de pénétration dans les catégories les plus recherchées par les annonceurs, la diffusion dans ce type de presse d'une vision économique critique semble improbable : quelle entreprise, en effet, abonnerait ses cadres à un périodique évoquant, à chaque numéro, les aspects noirs du capitalisme ?

Les journalistes économiques disposent donc d'une « liberté » beaucoup plus réduite qu'ils ne semblent le penser. C'est que les contraintes s'exerçant sur eux leur sont en bonne partie imperceptibles. L'affirmation n'a rien de paradoxal : pourquoi des agents satisfaisant d'emblée, en raison de leur trajectoire et de leur expérience sociale, une contrainte (objective) ressentiraient celle-ci comme « contraignante » ? Si nombre de journalistes économiques ont un sentiment de « liberté », c'est sans doute qu'ils sont pré-adaptés, par leurs propriétés sociales, aux contraintes qui s'imposent à eux. Leur expérience les prédispose à adopter un point de vue économique sur le monde. De fait, des éléments rassemblés au sujet de l'origine et de la trajectoire sociale des journalistes économiques aujourd'hui en poste, suggèrent qu'une proportion importante d'entre eux est issue de la bourgeoisie économique et a fréquenté les filières de l'enseignement supérieur dont sont aussi issus les cadres des grandes entreprises : les écoles de commerce, les filières de l'enseignement supérieur les plus tournées vers la pratique (la gestion ou la finance), les sections d'économie financière dans les instituts d'études politiques. Il semble, par exemple, que si dans les générations antérieures, certains journalistes économiques avaient été enseignants ou étaient passés, dans l'enseignement supérieur, par des filières ouvrant à une approche de « l'économie » plus théorique ou plus ouverte (par exemple sur les sciences sociales), ce type de profils s'est aujourd'hui raréfié. Le fait que nombre de journalistes économiques aient le sentiment d'exercer « librement » leur métier, n'est donc pas contradictoire avec l'existence de contraintes objectives : les mécanismes sociaux qui conduisent un individu à rejoindre un service économique, et à y rester durablement, tendent à écarter les individus les moins ajustés aux attentes tacitement formulées à l'égard des journalistes économiques. Que ces attentes soient en contradiction partielle avec des définitions traditionnelles du journalisme paraît confirmé par la défiance qu'inspirent, dans certaines rédactions économiques (notamment dans la presse financière), les jeunes diplômés des écoles de journalisme

et par la difficulté de ces mêmes écoles à instituer en leur sein des formations au journalisme économique. Adaptées à une demande d'expertise formulée par les entreprises de presse, ces filières peinent, en effet, à attirer les aspirants journalistes.

Au total, l'univers journalistique est fortement dépendant du champ économique. Cette dépendance structurale est, pour le journalisme économique, une incitation puissante à véhiculer une vision économique du monde, en affinité avec le libéralisme aujourd'hui dominant.

Caractérisation d'une perspective de recherche

Je voudrais à présent essayer de caractériser rétrospectivement, en termes théoriques et méthodologiques, la perspective que j'ai mise en œuvre dans ma recherche, mais en tenant compte du fait que cette perspective ne résulte pas seulement de « choix » mais aussi de dynamiques de recherche communes à des petits groupes de recherche auxquels j'étais lié, et à des difficultés auxquelles la recherche a pu se heurter.

Questions de méthodes

Je n'aurais sans doute pas consacré ma thèse de doctorat au journalisme économique, et ne l'aurais certainement pas fait de cette façon, s'il n'y avait eu, dans le centre de recherche où je faisais ma thèse, un mouvement qui consistait à développer des recherches en sociologie du journalisme. Deux figures motrices étaient Pierre Bourdieu et Patrick Champagne. L'époque était celle où Bourdieu commençait à publier des textes sur le journalisme. En 1994, il consacrait, en relation notamment avec Patrick Champagne, un numéro de sa revue au journalisme. Il y publiait à titre personnel un texte, « L'emprise du journalisme » qui, sous certains rapports, prolongeait son ancien intérêt pour le champ intellectuel et le rôle qu'y joue le journalisme³. Membre de son groupe de recherche, Patrick Champagne s'intéressait de longue date aux médias mais, travaillant pour un organisme de recherche lié à l'agronomie, il avait surtout publié dans les années 1970 et 1980 sur les agriculteurs. Depuis les années 1980 et un travail sur la médiatisation de manifestations d'agriculteurs, il revenait progressivement à son intérêt initial pour les médias (Marchetti, 2024). Bourdieu insistait dans son article sur « l'emprise » croissante que le journalisme exerçait dans nombre d'univers sociaux. Patrick Champagne avançait un autre argument poussant à étudier le journalisme : les médias jouent un rôle central aujourd'hui dans la fabrication des représentations

³ Voir notamment (Duval, 2016).

qui préexistent au travail scientifique ; la mise en œuvre de l'impératif durkheimien consistant à « écarter les prénotions » conduirait donc aujourd'hui à prendre le journalisme et les représentations qu'il produit comme objet d'analyse (Champagne, 1989).

Les travaux que Bourdieu et Champagne engageaient ou appelaient de leurs vœux dans les années 1990, mettaient en œuvre le concept de champ dans l'analyse du journalisme. « L'emprise du journalisme » s'inscrivait de ce point de vue dans la continuité des textes que Bourdieu a consacrés à partir de la fin des années 1970 à une série de champs (le patronat, la religion, la littérature, le droit...) Il y engageait, de même qu'un article de Champagne et Dominique Marchetti dans le même numéro, une analyse de la structure du champ journalistique en France (Champagne, Marchetti, 1994). Mon travail sur le journalisme économique s'est inséré dans cette dynamique collective. Il n'y avait pas de programme ou de plan concerté. Les travaux étaient menés de façon assez autonome mais, par exemple, un groupe de travail existait autour de Champagne et Marchetti. Nous nous réunissions peut-être une fois par mois et, selon les séances, nous présentions des travaux, des lectures (notamment de travaux en anglais méconnus en France) ou menions des sortes d'entretiens collectifs avec des journalistes sur la manière dont ils travaillaient (j'ai mobilisé quelques-uns de ces entretiens dans mon travail sur le journalisme économique).

On pourrait qualifier de « bourdieusienne » la perspective collective qui était ainsi développée (et donc celle qui a imprégnée ma recherche) mais ce terme a des inconvénients. Les initiateurs de cette dynamique n'auraient pas employé le terme et les membres du groupe de travail évoqué n'avaient pas des rapports uniformes à Bourdieu (certains, par exemple, s'inspiraient beaucoup, et presque autant que de Bourdieu, de la sociologie interactionniste étasunienne qui était importée en France à l'époque). Si plusieurs participants investissaient dans l'étude du journalisme des méthodes de recherche et des problématiques qui avaient été développées depuis les années 1960 dans le groupe de recherche de Bourdieu, le groupe se définissait sans doute d'abord par le projet de développer une sociologie du journalisme qui paraissait souffrir d'un retard en France (par rapport à la situation aux États-Unis) et de rompre avec une tradition d'étude fondée sur l'analyse de contenu. Il ne s'agissait pas d'ignorer la production journalistique, mais de considérer qu'elle ne renfermait pas nécessairement en elle-même ses propres principes d'explication. Implicitement, une hypothèse de travail était la suivante : les conditions de travail des journalistes, les contraintes structurales auxquelles ils font face, les spécificités de l'univers social dans lequel ils évoluent contribuent à comprendre pourquoi ils produisent certaines représentations plutôt que d'autres.

Mon travail sur le journalisme économique doit à une autre dynamique collective qui concernait, elle, la sociologie économique. Cette spécialité paraissait

dans les années 1990 connaître un renouveau : alors que les « fondateurs » de la sociologie (Karl Marx, Max Weber, Émile Durkheim et certains de ses élèves comme François Simiand) accordaient une place importante à l'économie, la sociologie (en tout cas en France) dans les décennies qui avait suivi la deuxième guerre mondiale avait eu tendance à se replier sur des objets qui lui étaient propres (le travail, l'école, la religion...) et à laisser les objets économiques aux économistes. Dans les années 1990, la France commençait à importer certains protagonistes du « renouveau de la sociologie économique » aux États-Unis (par exemple Mark Granovetter, puis Harrison White, Viviana Zelizer...)

Le Centre de sociologie européenne participait d'une certaine manière à cette évolution. L'économie avait très tôt suscité l'intérêt de Pierre Bourdieu, dès ses recherches en Algérie (où il étudie notamment l'introduction de logiques capitalistes dans une société traditionnelle) puis avec ses recherches en France sur le crédit bancaire, le patronat. Mais le contexte des années 1990 marqué par la montée en puissance du néolibéralisme semblait renforcer l'intérêt de Bourdieu pour l'économie : il publiait, par exemple, dans sa revue ou dans les collections de livres qu'il dirigeait, sensiblement plus de travaux sur l'économie et les économistes (Viviana Zelizer, Neil Fligstein, Maria Rita Loureiro, Frédéric Lebaron...)⁴, et faisait paraître en 2000 *Les structures sociales de l'économie*. Un groupe de travail au CSE s'était également formé sur l'économie, notamment autour de Frédéric Lebaron, Odile Henry et Marie-France Garcia. Bernard Convert et Johan Heilbron (2005) ont analysé les ressorts du renouveau de la sociologie économique dans le cas des États-Unis ; ils invoquent notamment le contexte idéologique et politique de l'époque et les reconfigurations entre les disciplines de la sociologie et de l'économie. Sur ce dernier point, un facteur en France fut l'arrivée de sociologues dotés d'une double formation de sociologue et d'économiste. J'en faisais partie. Mon intérêt pour le journalisme économique, et la perspective que j'ai adoptée, a été influencée par cette évolution générale. Comme je l'ai dit, le journalisme économique connaissait un développement particulier. L'intérêt pour cette catégorie professionnelle qui ne produit pas à proprement parler des biens matériels mais des biens symboliques, des informations, des analyses, participait de fait de l'intérêt que les sociologues peuvent porter aux croyances, aux « faits d'opinion », aux « idéologies », aux phénomènes symboliques, et au souci de mettre en valeur une dimension de la vie économique que les économistes délaissent généralement.

La perspective de recherche que j'ai déployée a une dimension empirique importante. Comme suggéré *supra*, elle était solidaire de ruptures avec le primat souvent donné, en matière d'analyse des médias, à l'analyse de contenu (tout en analysant des articles ou des émissions, je souhaitais réunir d'autres matériaux,

⁴ Sur Bourdieu et l'économie, voir notamment (Garcia-Parpet, 2014).

d'autres types de données) et avec les démarches très « déductives » de la science économique (des sociologues font valoir de longue date que leur démarche est plus « positive », plus attentive aux faits, que celles qui dominent en science économique (Simiand, 2006)).

Je n'en avais pas conscience à l'époque mais je me suis rendu compte plus tard, en travaillant avec des collègues sur l'histoire du Centre de sociologie européenne (CSE), qu'une composante importante du style de recherche qui a émergé au CSE consistait à « faire feu de tout bois » [Référence anonymisée]. J'ai, sur la suggestion des personnes qui m'entouraient au CSE et parce que j'avais sans doute inconsciemment intériorisé ce style en lisant notamment les articles de la revue *Actes de la recherche en sciences sociales* (la revue que dirigeait Pierre Bourdieu), collecté tout ce qui pouvait se rapporter au journalisme économique et qui consistait un matériel existant : livres de journalistes, rapports sur l'information économique, émissions de radio ou de télévision où des journalistes étaient interviewés, presse professionnelle sur les médias, campagnes d'abonnements de titres de presse...

L'enquête supposait aussi d'étudier des articles, des émissions. Compte tenu du nombre de médias traitant de l'économie, cette production était bien sûr impossible à réunir et à maîtriser dans sa totalité à l'échelle d'une recherche individuelle. Cette difficulté est inévitable lorsqu'on travaille sur le journalisme. Deux moyens de la contourner consistent à travailler de façon extensive sur un corpus de presse en étudiant quelques traits particuliers ou, au contraire, à analyser, de manière plus intensive, un corpus très circonscrit. J'ai essayé de mettre en œuvre, dans la mesure de mes moyens, les deux démarches. D'un côté, j'ai rassemblé des unes de quotidiens et pages économiques sur une période de trois mois, j'ai réuni 100 couvertures d'un mensuel économique, j'ai dépouillé quelques numéros du principal quotidien économique français, *Les Échos*, j'ai analysé les couvertures de 100 numéros d'un magazine économique. D'un autre côté, j'ai procédé à des études de cas permettant de travailler sur matériel empirique maîtrisable qu'il est possible d'analyser de façon approfondie. J'avais réalisé, antérieurement, un travail sur la médiatisation du « déficit de la sécurité sociale », j'ai engagé une monographie sur une émission de télévision consacrée à l'économie (je procédais notamment à l'analyse approfondie d'une dizaine d'émissions, tant sur le plan du fond que de leur forme). J'essayais aussi de lire la presse économique ou les pages économiques des journaux au hasard de mes lectures personnelles ou de ma fréquentation des bibliothèques publiques. Toutes ces pistes, bien sûr, n'ont pas été fécondes (je n'avais pas réussi à faire grand-chose par exemple de l'étude des Unes).

Les entretiens avec les journalistes (ou avec leurs sources) sont une autre technique d'enquête. Je n'en ai réalisé qu'un limité nombre du fait d'obstacles rencontrés. Sans recommandation dans le milieu des journalistes économiques et manquant d'expérience, je peinais à réaliser des entretiens longs et riches. Les

journalistes économiques ont sans doute moins d'affinités que d'autres types de journalistes avec les sociologues. L'apprenti-sociologue se trouve de surcroît dans une position dominée face à eux. Il n'est pas toujours facile de leur faire exprimer autre chose que des généralités (sur les médias, l'économie...) Certains entretiens furent aussi décevants parce que les personnes interviewées, assez connues, s'en tenaient à des anecdotes ou des analyses qu'elles les avaient écrites dans des livres ou exprimées à l'occasion d'interviews dans la presse.

Des entretiens plus fructueux furent réalisés avec des journalistes assez marginaux dans le milieu étudié et portés à un regard critique. Il pouvait s'agir de journalistes retraités réservés à l'égard des évolutions récentes de la profession ou de journalistes qui avaient travaillé dans des journaux ou des services économiques, mais dans l'attente d'un poste correspondant davantage à leurs aspirations. Certains de ces entretiens étaient même tellement riches que la publication de certains extraits posait problème car des personnes ou des situations évoquées auraient été reconnaissables. Malgré mes précautions, un enquêté fut mécontent de certaines citations que j'avais faites de ces propos. Après discussion, il sembla comprendre mon point de vue, me précisant cependant qu'il se serait exprimé autrement s'il avait anticipé que ses propos seraient reproduits et lus par certains de ses confrères. Des enquêtes dans le milieu journalistique doivent prendre en compte que les enquêtés sont susceptibles de lire des revues ou des livres de sciences sociales (mais ils lisent dans une perspective qui n'est pas exactement une perspective scientifique, ce qui peut occasionner des difficultés et des malentendus).

Les difficultés auxquelles se heurtent les enquêtes par entretiens peuvent être parfois en partie compensées par le fait que les journalistes forment une catégorie professionnelle qui, plus que d'autres, a accès à des moyens d'expression et qui s'expriment, pour certains, publiquement au sujet de leur activité professionnelles. Comme mentionné plus haut, j'avais rassemblé des interviews, des témoignages, des livres de journalistes économiques. Ce matériel était exploitable et pouvait être cité sans difficulté. Il a l'avantage de correspondre à une expression « spontanée » et ne pas souffrir des biais qui, dans un entretien, tiennent au fait que le sociologue prend l'initiative des thèmes abordés. Mais ce matériel a aussi des limites. Il émane de journalistes économiques particuliers (souvent les plus « connus ») et répond, pour une part, à des stratégies de présentation de soi. Les opinions et les informations qu'il contient sont susceptibles, plus encore que des propos recueillis dans le cadre d'entretiens privés, d'être en décalage avec la réalité des pratiques.

Les difficultés rencontrées lors des entretiens expliquent en partie la part qui fut finalement donnée dans l'enquête aux analyses statistiques. Certains fondateurs de la sociologie ont vu la sociologie comme un instrument⁵ très puissant parce

⁵ Pour des développements sur ce point, voir notamment (Duval, 2024).

qu'il permet d'observer les phénomènes sociaux sous un angle large, quasiment inaccessible par d'autres méthodes. Dans cet esprit, j'ai exploité un annuaire professionnel recensant les journalistes économiques en poste dans les services économiques de médias importants. De tels annuaires sont peu nombreux en France. Il en existe un pour les journalistes économiques car les sources de ces derniers, notamment dans les grandes entreprises, forment un lectorat étroit mais solvable qui permet d'amortir la réalisation de cet annuaire (vendu à un prix élevé). Cet annuaire tend à indiquer, pour chaque journaliste, ses date et lieu de naissance, ses diplômes universitaires, son parcours professionnel (à l'intérieur et, le cas échéant, en dehors du journalisme). Ces informations sont réduites et ne sont pas disponibles pour tous les journalistes recensés mais, moyennant quelques précautions, elles autorisent des analyses statistiques qui permettent d'établir un certain nombre de faits ou d'évolutions (sur les différences entre les générations de journalistes, les attentes tacites en termes de diplôme à l'entrée des différentes disciplines) que des journalistes ou des observateurs peuvent exprimer dans des entretiens, mais sur le mode d'impressions ou d'hypothèses.

La statistique fut également mobilisée pour construire l'espace des entreprises journalistiques qui traitaient d'économie [Référence anonymisée]. Ce travail s'inscrivait dans une démarche qui consiste à mobiliser l'analyse des correspondances pour construire un champ et qui, depuis le début des années 1970, avait été mise en œuvre par Bourdieu et des chercheurs inspirés par ses travaux sur un certain nombre d'espaces sociaux. La démarche n'avait pas été mise en œuvre dans le cas du journalisme. L'analyse statistique m'aida à construire le sous-espace des entreprises journalistiques traitant de l'actualité économique, à repérer les grandes différences (en termes de propriété, d'économie, de publics, de caractéristiques des journalistes, de taille et de composition des rédactions...) entre ces entreprises. Elle me conduisait aussi à construire des indicateurs de notions comme le « capital journalistique » et à réfléchir très utilement à la manière de convertir des concepts de ce type en outils empiriques. L'analyse des correspondances que j'ai proposée a des limites mais elle constituait une contribution pour une construction empirique du champ journalistique.

La place réservée aux analyses statistiques était sans doute une originalité de ma démarche. À l'époque, peu d'analyses sur le journalisme en France recouraient aux techniques statistiques (au-delà des études très descriptives sur la population hétérogène des détenteurs de la carte d'identité professionnelle des journalistes professionnels). Cette perspective statistique était sans doute plus facile à mettre en œuvre sur le journalisme économique que sur d'autres segments de la profession journalistique. Si elle peut être mise en valeur *a posteriori* pour son apport, elle doit, dans les faits, à des facteurs contingents : les déceptions éprouvées lors de la réalisation de premiers entretiens ainsi que le cadre de financement de cette

recherche (qui me plaçait dans une situation où je devais mobiliser des techniques statistiques).

Sur des aspects théoriques

Il reste à aborder des aspects plus théoriques de mon approche. Celle-ci procédait de la « théorie des champs ». J'ai déjà mentionné comment mon travail s'inscrivait, sous ce rapport, dans une dynamique de recherche plus collective. J'entreprenais de prendre en considération les contraintes structurales qui pèsent sur le journalisme économique, la relation qui l'unit au champ économique dont il rend compte. Le journalisme économique bénéficie d'une autonomie par rapport au monde économique mais cette autonomie reste assez limitée et ne suffit pas à renverser la dépendance structurale du journalisme économique. Cette relation se manifeste dans la structure du champ que l'analyse statistique aidait à porter au jour : le journalisme économique est un univers différencié mais les entreprises qui y ont le plus de poids, celles qui ont la plus grande capacité de production de l'information et qui sont les plus reprises par les autres médias, ont une autonomie assez limitée (elles dépendent souvent de grands groupes et ont un public qui occupe souvent des positions de pouvoir dans le champ économique) ; les entreprises les plus indépendantes du monde économique sont faibles dans ce microcosme et ont une capacité de production de l'information très limitée.

Ma perspective consistait à analyser le journalisme économique comme un champ qui devait lui-même être compris par rapport aux relations qu'entretiennent le champ journalistique et le champ économique. En mobilisant la notion de champ et des instruments comme les statistiques, je cherchais à produire un regard sur le journalisme économique différent du regard que celui-ci renvoie de lui-même. La profession journalistique a en effet pour particularité, comme cela a été rappelé *supra*, d'avoir une facilité d'accès à des moyens d'expression publique. Elle fait partie des groupes professionnels qui ont les ressources et les moyens de contrôler les représentations qui sont donnés d'eux dans les médias. On peut penser dans ces conditions qu'un travail de sciences sociales sur cette profession n'est intéressant que s'il parvient à produire une analyse différente de celles que produisent déjà les professionnels concernées.

La perspective que j'ai développée tend à opérer une rupture avec ce que j'ai pu appeler une « problématique obligée » en matière de journalisme économique, une façon de voir à laquelle les journalistes (mais aussi des historiens) adhèrent souvent. Cette problématique se centre sur les informations falsifiées que des journalistes vénaux ou corrompus font circuler pour satisfaire des intérêts économiques particuliers (ceux d'un actionnaire, d'une entreprise...) Elle conduit

à considérer qu'en l'absence de telles « manipulations » le journalisme économique est « indépendant », « libre », « moralisé »... J'ai longuement développé dans mon analyse les limites de cette vision de choses. En se centrant sur la relation que les journalistes entretiennent avec ceux qui détiennent ou financent leurs entreprises, elle interdit par exemple de voir que la relation qui unit des entreprises journalistiques à leur public peut également engendrer des formes de « dépendance ». Elle me semble aussi sous-estimer l'intérêt en quelque sorte structural que le monde économique a à peser sur le travail journalistique, sur les représentations que les médias donnent de lui. Les tentatives d'ingérences sont inévitables et l'on peut penser que tout obstacle posé à telle ou telle forme d'ingérence tend à susciter d'autres formes d'ingérence plus subtiles, moins imperceptibles, qui contournent l'obstacle posé. Je suggérerais ainsi que le développement des stratégies de communication dans les grandes entreprises correspondait à un moyen, pour celles-ci, de continuer à peser sur la production journalistique sans recourir aux moyens anciens qui étaient stigmatisés (voire condamnés par la loi).

Le déplacement, la « conversion du regard » que je proposais d'opérer consistait à voir les formes d'ingérence anciennes, traditionnelles, manifestes comme des cas particuliers d'ingérences fondamentalement multiformes. La dépendance structurale (qui, comme je le montrais, a toutefois varié en intensité selon les époques en France) ne prend pas uniquement la forme de pressions explicites, se manifestant dans des interactions. Inspirée par l'analyse en termes de champs proposée par Bourdieu, ma perspective consistait à déplacer l'attention des relations inter-individuelles qui ont une manifestation physique vers un « espace de relations » qui « quoique invisible et toujours difficile à manifester empiriquement, [...] est la réalité la plus réelle [...] et le principe réel des comportements des individus et des groupes » (Bourdieu, 1994, p. 53). Mon analyse consistait à substituer à une vision qui se concentre sur des personnes, censées être plus ou moins dotées de sens moral et qui sont considérées comme agissant librement dès lorsqu'elles ont le sentiment de l'être, une vision qui s'attache aux champs, aux structures dans lesquelles les relations interpersonnelles s'inscrivent. En cela, il me semble qu'on peut dire que la perspective conduit à passer d'une analyse marquée par une sorte d'interactionnisme à une analyse structurale.

Mais il faut souligner que, dans le cadre de l'analyse sociologique, la problématique instituée évoquée plus haut ne constitue pas seulement une « prénotion » qu'il faut mettre à distance. Elle correspond aussi à une vision qui est partagée par un grand nombre des acteurs que l'on étudie. Il faut par conséquent la prendre pour objet. J'ai ainsi essayé de reconstituer l'histoire de cette problématique en montrant comment elle s'était imposée dans le débat politique en France dans la période de l'entre-deux-guerres. J'ai aussi tenté de montrer ses fonctions sociales et politiques et rapporté son succès à son ambiguïté : elle peut paraître relativement

consensuelle car elle peut être mobilisée par des acteurs politiques très différents. Elle peut notamment être utilisée à la fois par des groupes engagés dans la critique du capitalisme et la dénonciation de la « vénalité de la presse bourgeoise », selon une expression utilisée dans l'entre-deux-guerres, la partageaient avec des forces plutôt acquises au contraire au libéralisme et qui plaidaient pour un capitalisme « moderne » ou pour un capitalisme « moral » ou « transparent » débarrassé de ses « excès ». La sociologie doit se construire contre la problématique instituée et prendre en compte que celle-ci est intériorisée par des agents sociaux, et au premier chef par des journalistes. La problématique instituée est aussi une façon de penser que les agents étudiés ont intériorisée et qui crée des effets. Cette remarque m'a conduit à m'interroger sur la question de l'idéologie professionnelle des journalistes et sur les notions d'« indépendance », de « liberté de la presse ». Quelque chose de trivial en apparence ne s'est imposé que tardivement : ces notions que les journalistes utilisent comme allant de soi et, souvent à leur suite, les analystes du journalisme, sont des enjeux de lutte : tout le monde s'accorde pour dire que le journalisme doit être indépendant, mais il n'y a pas d'accord sur la définition de cette indépendance.

J'ai ainsi essayé de décrire ici la perspective que j'ai mise en œuvre dans une recherche menée en France à la fin des années 1990 et au début des années 2000. Il me semble qu'elle resterait fructueuse dans la France actuelle. Il reste bien sûr à voir si elle le serait aussi dans d'autres contextes nationaux.

RÉFÉRENCES

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.

REFLEXIONS SUR LE DISCOURS NEOLIBERAL DANS LES MEDIAS : UNE INTRICATION AU SERVICE DE L'AUSTERITE

REFLECTIONS ON NEOLIBERAL DISCOURSE IN THE MEDIA: AN ENTANGLEMENT IN THE SERVICE OF AUSTERITY

REFLEXIONES SOBRE EL DISCURSO NEOLIBERAL EN LOS MEDIOS: UN ENREDO AL SERVICIO DE LA AUSTERIDAD

Thierry GUILBERT*

RESUME : L'article engage une réflexion « à nouveaux frais » sur les relations entre le discours néolibéral et les médias dominants. Il revient d'abord sur ce que sont et sur ce que font les médias – sur les effets qu'ils ont sur nos comportements – avant de rappeler combien, historiquement, propagande des médias et démocratie verticale sont intriquées. S'appuyant sur des éléments théoriques et historiques précis, il démontre ensuite combien le discours néolibéral est un discours de réaction et de contre-attaque vis-à-vis des avancées sociales : c'est, fondamentalement, un discours d'austérité. La mobilisation de gouvernementalité foucauldienne permet enfin de montrer comment le discours néolibéral utilise et s'adapte aux médias dominants afin de « fabriquer » l'acceptabilité de l'opinion aux programmes d'austérité dans le but ultime d'« assurer juridiquement la pérennité des politiques austéritaires ». Les médias seraient donc en quelque sorte des « appareils spécifiques » de la gouvernementalité néolibérale.

MOTS-CLES : Propagande. Lippmann. Gouvernementalité. Évidence. Fabrication du consentement

* Maître de conférences émérite. Université de Picardie Jules Verne/CURAPP-ESS (UMR CNRS 7319). <https://orcid.org/0000-0001-6806-4500>. th.guilbert@wanadoo.fr.

ABSTRACT: *This article engages in a fresh perspective on the relationship between neoliberal discourse and the dominant media. It first examines what the media are and do — the effects they have on our behaviour — before recalling how, historically, media propaganda and vertical democracy are intertwined. Drawing on specific theoretical and historical elements, it then demonstrates how neoliberal discourse is a discourse of reaction and counterattack against social progress: it is, fundamentally, a discourse of austerity. The mobilization of Foucauldian governmentality finally allows to show how neoliberal discourse uses and adapts to the dominant media to “manufacture” public opinion acceptability of austerity programs with the ultimate goal of “legally ensuring the sustainability of austerity policies.” The media are thus, in a way, “specific apparatuses” of neoliberal governmentality.*

KEYWORDS: *Propaganda. Lippmann. Governmentality. Evidence. Manufacture Of Consent*

RESUMEN: *El artículo inicia una “nueva perspectiva” sobre la relación entre el discurso neoliberal y los medios dominantes. Primero regresa a lo que son los medios y lo que hacen –los efectos que tienen sobre nuestro comportamiento– antes de recordar cómo, históricamente, la propaganda mediática y la democracia vertical están entrelazadas. A partir de elementos teóricos e históricos específicos, demuestra luego cómo el discurso neoliberal es un discurso de reacción y de contraataque frente a los avances sociales: es, fundamentalmente, un discurso de austeridad. La movilización de la gubernamentalidad foucaultiana nos permite finalmente mostrar cómo el discurso neoliberal utiliza y se adapta a los medios dominantes para “fabricar” la aceptabilidad pública de los programas de austeridad con el objetivo final de “asegurar legalmente la sostenibilidad de las políticas de austeridad”. Los medios de comunicación serían entonces de alguna manera “aparatos específicos” de la gubernamentalidad neoliberal.*

PALABRAS CLAVE: *Propaganda, Lippmann, Gubernamentalidad, Evidencia. Fabricación del Consentimiento*

« l’effet de narration ou de *rédaction* porte avec lui un certain quantum d’action, qui peut être massivement multiplié dans le champ. » (FAYE, 2003, p. 67, souligné par l’auteur)

L’intrication du discours néolibéral dans les médias de masse étant documentée depuis des décennies¹, je fais l’hypothèse dans ce chapitre que cette intrication dans les médias n’est pas fortuite mais constitutive pour le discours néolibéral. Cette

¹ De nombreux auteurs l’ont montré (même si le terme *néolibéral* n’est pas toujours utilisé), pour prendre quelques exemples de travaux qui seront utilisés ci-après : Pierre Bourdieu, Julien Duval, Gilles Dostaler, Jerry Mander, Pauline Perrenot, Loïc Wacquant, Shoshana Zuboff pour prendre quelques travaux utilisés

intrication serait stratégique : elle permettrait au discours néolibéral de profiter de l'autorité symbolique des médias et d'exploiter leur disposition à conditionner les comportements des populations.

Les termes *discours néolibéral* et *médias (de masse ou mainstream)* seront définis ci-après. Il importe auparavant de préciser que cette hypothèse ne résulte pas d'une opinion préalable à la recherche. Celle-ci, au contraire, est née au fil de mes lectures et de mes travaux sur le discours néolibéral. À la fin des années 1990, analyser la réfraction du discours néolibéral dans les médias de masse semblait aller de soi. Le lien entre discours néolibéral et médias me paraissait additionnel, c'est-à-dire à la fois opportuniste – le premier utilisant les possibilités de diffusion des seconds – et adventice – comme surajouté, ne faisant pas « naturellement » partie de la chose. C'est ce caractère additionnel dans sa composante adventice – l'aspect opportuniste étant avéré, comme nous le verrons – que je questionne car il constitue un point aveugle dans mes analyses de ce discours. Ainsi, la nature de cette relation ne me semble plus être aujourd'hui une simple concomitance, l'hypothèse que j'expose ici est donc que l'omniprésence du discours néolibéral dans les médias de masse n'est pas fortuite mais constitutive.

Cette hypothèse comporte une double dimension, à la fois historique et communicationnelle : si ce discours idéologique fonctionne à l'évidence², c'est parce qu'il est, depuis ses origines, un discours de communication – avec une conception verticale de la communication et de la démocratie, comme nous le verrons – et que, depuis des dizaines d'années, il est diffusé dans et par la majorité des grands médias – et de là, dans tous les secteurs de la société –, tant et si bien que cette intrication semble elle-même aller de soi³. L'évidence discursive du discours idéologique néolibéral, lequel se donne comme le « bon sens », se double donc d'une évidence communicationnelle. C'est là le point aveugle : cette omniprésence – ubiquité et intrication –, cette stratégie de communication dans et par les médias *mainstream* ne se remarque pas, elle se donne comme naturelle. Or, si l'on admet que cette intrication du discours néolibéral dans les médias *mainstream* n'est pas accidentelle ou contingente, alors elle semble être le signe d'une « corrélation constitutive » encore à déterminer.

Cette hypothèse étant l'objet d'un travail en cours, je me bornerai ici à l'étayer, c'est-à-dire à proposer des éléments d'appréciation et à poser quelques jalons historiques et théoriques montrant comment le discours néolibéral travaille

ci-après. Je renverrai également à mes propres travaux et parmi ceux-ci, implicitement, à T. Guilbert, 2007 et à T. Guilbert, 2011, traduit et publié aux éditions UNICAMP : T. Guilbert, 2020a.

² Je fais allusion à Louis Althusser (1976). C'est ce que j'appelle l'évidence discursive dans mon propre travail, par exemple : T. Guilbert, 2007.

³ Ces deux évidences se combinent avec une troisième : « Nous avons de la peine à voir les media pour la bonne raison qu'ils sont faits pour ne pas être vus. » (Citton, 2017, p. 25). J'y reviens plus loin.

l'opinion dans et par les médias. Je commencerai par définir auparavant les termes qui composent cette hypothèse.

Discours et média(s)

Il importe de définir les termes employés afin de préciser les référents auxquels ils renvoient ainsi que leurs effets sur nos vies et nos comportements.

Le discours est une notion complexe, le sens qu'il prend ici diffère sensiblement des acceptions qu'on lui donne dans la vie courante (allocution, prise de parole en public, etc.). Ici, *discours* a deux acceptions : il est à la fois une *action* verbale (écrite ou orale) produisant des effets de sens dans une situation donnée et un ensemble de productions verbales possédant des caractéristiques communes. Ces caractéristiques peuvent être manifestes quand elles viennent d'une institution donnée ou bien sous-jacentes quand elles renvoient à un positionnement idéologique plus ou moins diffus. Ainsi, le *discours médiatique* est l'ensemble des productions verbales issues des institutions médiatiques (presse, médias audio-visuels, médias dits sociaux, médias numériques) et le *discours néolibéral* est l'ensemble des positionnements ayant en commun des traits de l'idéologie néolibérale – terme sur lequel je reviens ci-après.

Les *media*, avec cette typographie latine (*medium* au singulier) et l'italique, sont des prolongements de nos sens et de nos facultés, et des intermédiaires entre le monde et nous-mêmes. À ce titre, ils sont facteurs de changement et ne sont pas neutres. Marshall McLuhan l'a montré magistralement il y a environ soixante ans : « les effets d'un medium sur l'individu ou sur la société dépendent *du changement d'échelle que produit chaque nouvelle technologie*, chaque prolongement de nous-mêmes, dans notre vie. » (Mc Luhan, [1964] 1976, p. 25, souligné par l'auteur). Ainsi, les effets des *media* ne dépendent pas de la façon dont on les utilise – selon une antienne utilitariste éculée –, c'est l'existence même d'un *media* qui produit des effets sur nos vies. Comme le remarque Jerry Mander, les nouvelles technologies, par exemple, sont des *media* qui ont participé à la mondialisation néolibérale des années 1990 :

« Toutes ces technologies, tous ces processus sont des aspects intrinsèques de l'économie mondialisée. Cependant, preuve en main, nous hésitons toujours à tirer les conclusions qui s'imposent quant à la dérive politique des technologies modernes. Nous nous accrochons à l'idée que les techniques sont "neutres", comme nous nous plaçons à croire que les sciences sont "objectives" et que tout est une question d'accès. » (Mander, 2001, p. 99)

Parmi la série de questions que pose l'auteur à la suite de ce constat, j'en retiens deux : « Comment [cette technologie] influe-t-elle sur notre façon d'apprendre, sur ce que nous savons et sommes à même de savoir ? » et « Comment réorganise-t-elle le pouvoir dans la société ? » (*idid.*, p. 100). Ces questions sont essentielles dans un monde qui produit tant d'objets technologiques et tant de nouveaux *media*. Environ vingt ans plus tard, Shoshana Zuboff pose trois questions du même type à propos de Google et de Facebook : aujourd'hui « qui sait ? », « qui décide ? » et « qui décide qui décide ? » (Zuboff, 2020, p. 249-250).

Les *médias*, avec l'écriture habituelle cette fois, renvoient à un sous-ensemble ou plutôt à une forme particulière de *media*. S'ils sont également des intermédiaires entre le réel et nous-mêmes, leur nature-même – à la différence des autres *media* – est de nous transmettre une représentation du réel. Les médias journalistiques par exemple sélectionnent certains faits, les transforment en « nouvelles », les donnent à voir au public et leurs discours ont des effets sur les individus et les sociétés.

L'approche utilitaire qui fait des médias « *tout ce qui sert* à enregistrer, à transmettre et/ou à traiter de l'information, des discours, des images, du son » (Bardini, 2016, *apud* Citton, *op. cit.*, p. 31, je souligne) ne me semble pas totalement satisfaisante car elle implique que les médias sont des objets technologiques, or la télévision ou le smartphone ne sont pas, selon moi, des médias mais des *outils*, des *appareils* techniques et technologiques qui « servent » de supports de communication aux médias. Smartphones, télévisions, appareils de réception des ondes radiophoniques sont des *media*, des prolongements de nous-mêmes, mais pas des médias : ce sont des canaux pour les médias. Je définis les médias non comme des appareils mais comme des *dispositifs* technologiques permettant la diffusion de la communication de masse et la circulation d'informations publiques d'une instance énonciative réduite vers un plus grand nombre⁴. Ainsi, ces *dispositifs* de communication médiatiques sont bien plus que des outils car ils ont la particularité de s'institutionnaliser au fil du temps : on l'a vu avec la presse, le cinéma, la radio puis la télévision et enfin avec les plateformes numériques appelées « réseaux sociaux ». À la différence des *media*, les médias sont des institutions, ce qui leur confère auprès des publics et des utilisateurs une autorité discursive certaine.

Cette distinction étant posée, on peut ajouter que si les *media*/médias sont des *prolongements* de nous-mêmes, ils sont aussi des *environnements* au sens qu'en donne la *médialité* :

« le fait [est] que notre rapport au monde, c'est-à-dire toutes les activités et les expériences qui nous donnent accès au monde (et non seulement celles qui le construisent), est profondément conditionné par les possibilités de discernement

⁴ J'avais donné cette définition dans T. Guilbert, 2015, p. 83.

offertes par les media, ainsi que les limitations qu'ils imposent » (Krämer, 1998, p. 15, *apud* Citton. *op. cit.*, p. 36)

De ce point de vue, « *les media conditionnent nos perceptions, nos pensées et donc nos actions* » (CITTON, *op. cit.*, p. 44, souligné par l'auteur). Ils modifient nos relations sociales mais aussi notre rapport au temps (immédiateté), à l'espace (ubiquité) et à l'agentivité (capacité à agir⁵). Ce sont, selon Yves Citton, des « milieux de perception ». Il n'est donc pas exagéré de soutenir que le discours des médias nous manipule au sens où il exerce une influence sur nos perceptions sans que nous ne nous en rendions compte. La notion de *discours des médias* est essentielle ici, car en communiquant les médias produisent des actes, ils agissent sur nous comme le constatait déjà le sémiologue Éric Landowski en 1989 :

« le discours des médias, à sa manière, nous “informe”. Non pas, bien sûr, que ce qu'il donne à lire ou à entendre soit nécessairement et toujours “vrai”, mais en ce sens que sa lecture ou son écoute imprime globalement une *forme* à la manière dont nous concevons, et même dont nous vivons notre présent » (Landowski, 1989, p. 155)

Propagande et médias

Dès la naissance des médias de masse, à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècles, la question de l'influence des médias sur les citoyens est très débattue aux États-Unis comme en Europe (Mattelart 1992 ; Charon 2003, p. 12*sq*). L'une des premières opération de propagande médiatique visant le grand public est l'« invention » de la guerre de Cuba en 1898 par le magnat de la presse, W. R. Hearst. En réponse au message d'un de ses reporters-dessinateurs l'informant que tout était calme sur l'île de Cuba, il renvoie le fameux message : « Fournissez illustrations, je fournirai la guerre. » Sa campagne de presse aboutit à l'intervention militaire des États-Unis à Cuba et à un film, *Fighting with our boys in Cuba*.

Un autre exemple, important pour notre propos, est la création par la présidence Wilson en 1917, lors de la Première guerre mondiale, du *Committee on Public Information* (ou Comité Creel). Cette agence gouvernementale de propagande et de censure a utilisé des centaines de milliers d'allocutions publiques, et aussi la presse et le cinéma, principaux médias de masse de l'époque, pour persuader les jeunes hommes de se porter volontaires pour la guerre⁶ (Mattelart, *op. cit.*, p. 60-61 ; ZINN,

⁵ Par exemple, « la capacité à agir par le discours », voir Marignier (2020).

⁶ H. Zinn précise page 413 : « Ce comité finança soixante-quinze mille orateurs qui firent sept cent cinquante mille discours dans cinq mille villes et villages des États-Unis ».

2002, p. 413-414). Deux intellectuels, Walter Lippmann et Edwards Bernays ont rejoint le Comité Creel en 1917 et ont participé à la campagne de propagande.

Quelques années plus tard, en 1922, l'éditorialiste Walter Lippmann, dont l'influence sera décisive pour le néolibéralisme (Milanese, 2021 ; XXXX 2023), forge, dans son livre *Public Opinion*, l'expression « la fabrique du consentement » (« *the manufacture of consent* »). Il s'agit de *fabriquer* l'opinion publique comme on fabrique un produit de consommation, sachant que cela demande un savoir-faire particulier, une forme d'art : « La création du consentement n'est pas un art nouveau. C'est un art très ancien, qui est supposé avoir disparu avec l'apparition de la démocratie. » (Lippmann, [1922] 2009, p. 185). La conception lippmannienne de la démocratie – qui a beaucoup évolué depuis les années 1910, comme le montre Milanese – est essentielle pour notre propos. Dès 1922 avec *Public Opinion* puis dans *La Cité libre* (1938), il distingue deux types de citoyens dans les démocraties modernes : la « masse » informe, incapable de comprendre les enjeux globaux, et les *leaders*, ceux qui « sont à la tête des affaires », seuls à avoir les capacités à diriger la société⁷ (*ibid.*, p. 166). Lippmann prône donc une démocratie verticale ou « dirigée », c'est-à-dire une forme de pilotage des « masses » par les *leaders*-experts.

Créateur de « la théorie des relations publiques » et inspiré par Lippmann, Bernays publie *Cristallizing Public Opinion* en 1923, puis *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie* en 1928. En voici les premières lignes :

« La manipulation consciente, intelligente, des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme social imperceptible forment un gouvernement invisible qui dirige véritablement le pays.

Nous sommes pour une large part gouvernés par des hommes dont nous ignorons tout, qui modèlent nos esprits, forgent nos goûts, nous soufflent nos idées. C'est là une conséquence logique de l'organisation de notre société démocratique. Cette forme de coopération du plus grand nombre est une nécessité pour que nous puissions vivre ensemble au sein d'une société au fonctionnement bien huilé. » (Bernays [1928] 2007, p. 44)

Bernays aura une grande importance dans l'essor de la communication d'entreprise, il a loué ses services à des conglomérats d'entreprises⁸. Sa conception de l'opinion était très proche de celle de Lippmann : la propagande doit « enrê-

⁷ Pour une autre analyse de cette pensée, voir Stiegler (2019) et Milanese, *op. cit.*

⁸ Notamment les entreprises qui se regroupaient dans les années 1920-1930 pour résister aux avancées sociales, comme la *National Electric Light Association* ou l'*American Liberty League*, voir Oreskes & Conway, 2023, p. 118-119. Voir aussi la description de son savoir-faire auprès de la *United Fruit Company* dans les premières pages du roman de Vargas Llosa, *Temps sauvages*, 2021.

giment[er] l'opinion publique exactement comme l'armée enrégimente les corps de ses soldats » (cité par Oreskes & Conway, *op. cit.*, p. 121). La question du « gouvernement invisible » a donné lieu à diverses hypothèses, notamment en sociologie de la communication chez Harold D. Lasswell et Paul Lazarsfeld⁹ (RIUTORT, 2007 ; Mattelart, *op. cit.*). La place manque pour les détailler mais l'important est qu'ils insistent sur cette conception particulière de la démocratie dans laquelle le « spin », c'est-à-dire la manipulation de l'information, des médias, de l'opinion, est devenu l'un des outils des politiques publiques ; d'où l'apparition des *spin-doctors* (« conseillers en communication »), des *lobbies* (« influenceurs ») et des *think tanks* (« laboratoire d'idées ») notamment.

La propagande de masse était alors considérée comme utile et nécessaire à la démocratie, et c'est à cette époque et dans ce contexte que le néolibéralisme et son discours apparaissent.

Néolibéralisme et discours néolibéral : un contre-discours austéritaire

Le terme *néo-libéral*, avec cette typographie, est forgé lors du colloque « Walter Lippmann » en août 1938 à Paris¹⁰. Cette doctrine est née du désir de combattre les avancées sociales portées par le New Deal aux États-Unis et le Front populaire en France, à la suite de la crise de 1929 et de ses conséquences sociales. Dans les années 1930, les libéraux perçoivent ces gouvernements progressistes et leurs programmes sociaux comme un danger (Oreskes & Conway, *op. cit.*) : ceux-ci marqueraient un reflux du libéralisme¹¹ (Denord, 2016), une forme de « crise d'hégémonie¹² ». Michel Foucault notait d'ailleurs que le danger est consubstantiel au néolibéralisme (Foucault, 2004b, p. 66sq). Il devenait alors urgent d'adapter le libéralisme économique et financier débridé des années 1920 en l'arrimant à l'État et en mettant ce dernier au service du marché.

Pour les libéraux de cette époque, le danger vient également des « masses », même si l'angoisse des élites vis-à-vis du peuple n'est pas neuve¹³. En 1895, dans *Psychologie des foules*, Gustave Le Bon présentait les peuples émancipés depuis les révolutions comme des « foules en délire », des « classes dangereuses » :

⁹ Dès 1927, Harold D. Lasswell étudie dans *Propaganda Technique in the World War* les effets des médias sur le public.

¹⁰ Il s'agit alors de nommer ce nouveau libéralisme, le terme *néo-libéralisme* est alors proposé par Louis Marlio le 30 août. François Denord considère que les thèses du néolibéralisme sont déjà présentes quelques années auparavant dans certains écrits (Denord, 2016 [2007]).

¹¹ W. Lippmann est très clair à ce sujet dans son ouvrage *La Cité libre* (2011 [1938]). Pour une analyse de son introduction, voir T. Guilbert, 2023, *op. cit.*

¹² Sur la notion de « crise d'hégémonie », voir Chamayou, 2018, note 70, p. 287-288.

¹³ Dans l'Ancien Régime, la parole du peuple était à la fois crainte et invisibilisée, c'est-à-dire minorée et rarement rapportée officiellement, voir Guilhaumou (2008, p. 55-77).

la « société de masse » produisait « des automates que leur volonté ne guidait plus » et qu'il était urgent de canaliser « comme l'ingénieur maîtrise un torrent » (Chamayou, *op. cit.*, p. 84-85). Gabriel Tarde dans *L'opinion et la foule* (1901) considérait, quant à lui, que la foule-populace était sujette à la « suggestion criminelle » (*ibid.*, p. 48).

Après la Première guerre mondiale, cette angoisse revient dans les discours des élites occidentales. Le peuple redevient la « masse » ou les « masses », on parle alors de « culture de masse » et de « mass media ». Deux ensembles peuvent cependant être distingués dans ces groupes composites qui s'élèvent contre l'émancipation des peuples (Barbier & Bertho-Lavenir, 1996, p. 222-223). Un premier ensemble critique le peuple qui a accès à la culture industrielle par les nouveaux médias. En voici un exemple issu dans le célèbre livre de 1926 de José Ortega y Gasset, *La révolte des masses* (réédité en 2010 par Les Belles Lettres) traduit à l'époque dans la plupart des langues européennes :

« Après l'avoir doté [l'homme moyen] de toute cette puissance, le XIX^e siècle l'a abandonné à lui-même ; l'homme moyen suivant son tempérament naturel s'est alors refermé sur lui-même. De sorte que nous nous trouvons en présence d'une masse plus forte que celle d'aucune autre époque, mais, à la différence de la masse traditionnelle, hermétiquement fermée sur elle-même, incapable de prendre garde à rien ni à personne, et croyant se suffire à elle-même – en un mot *indocile*¹⁴. » (Ortega, Gasset, 2010, p. 140, souligné par l'auteur)

Le second ensemble est constitué par ceux qui acceptent la culture de masse à condition qu'elle soit sous le **contrôle** du pouvoir. Les ouvrages de Lippmann et de Bernays montrent qu'ils font clairement partie de cet ensemble. Pour ces derniers comme pour Le Bon¹⁵, le peuple doit être guidé par des personnes éclairées, les *leaders*. C'est cette conception de la démocratie verticale que les néolibéraux comme Walter Lippmann, on l'a vu, vont préconiser. Diriger le peuple est un moyen de sauvegarder le libéralisme économique et de se prémunir contre les « programmes sociaux » (Lippmann, 1938, *op. cit.*, Introduction). Ces avancées sociales sont perçues comme dangereuses, Lippmann, comme par la plupart des participants du Colloque¹⁶, les amalgame aux programmes fascistes, nazis et soviétiques de l'époque.

Depuis, la perception d'un danger existentiel, par les classes dirigeantes étasuniennes et européennes conservatrices et néolibérales, n'a jamais disparu. Elle est chronique tout au long du XX^e siècle (Chamayou, *op. cit.* ; Oreskes & Conway,

¹⁴ Cet ouvrage est cité par W. Lippmann, 1938, *op. cit.*, p. 303.

¹⁵ Le Bon est cité par Lippmann en 1913 (*Human Nature in Politics*), voir A. Milanese, *op. cit.*, p. 87.

¹⁶ Par exemple von Mises et Rougier, voir XXXX, 2023, *op. cit.*

op. cit. ; Rancière, 2005) : resignifiée dans les années 1930, après la Première guerre mondiale et le Crash de 1929, elle se rejoue dans les années 1960-1980 (Chamayou, *op. cit.*, p. 84sq ; Zuboff, *op. cit.*), puis est réactualisée à partir des années 1980. Elle perdure en ce début de XXI^e siècle, après la crise de 2007-2008 (Laurent, 2020 ; Chamayou, *op. cit.*, p. 84-85 ; Guilbert, 2021) jusqu'à aujourd'hui (Perrenot, 2023).

On gagnerait alors à considérer le néolibéralisme non seulement comme la « mise en pratique d'une utopie » (Bourdieu, 2001, p. 108) ou une « politique de société » (Foucault, *op. cit.*, p. 151), mais aussi et surtout comme un projet toujours prêt à se réinventer par crainte de l'émancipation des « masses ». Autrement dit, le discours néolibéral ne serait pas proactif et moderne, comme il aime à se présenter lui-même, il serait une forme de contre-discours vigilant : un discours stratégique visant à la fois à *réagir aux* et/ou à *se prémunir des* avancées sociales. Par exemple, lors du colloque Walter Lippmann¹⁷, on voit les nouveaux libéraux élaborer pas à pas une véritable stratégie de reconquête. Cette réactivité expliquerait en partie ses métamorphoses et son adaptabilité : elles résulteraient de la nécessité de changer aussi souvent que de besoin, sinon les *règles* du jeu, au moins les *conditions* du jeu afin de mettre en difficulté l'adversaire.

Ainsi, depuis 2010, les États, comme les entreprises, doivent se montrer « *business friendly* ». Pour les États, il s'agit, comme l'écrit Michel Feher, de « subordonner le bien-être de[s] électeurs à l'approbation des marchés » (Feher, 2017, p. 163-164). Les conditions changent mais l'objectif reste le même : revenir sur les avancées et les droits sociaux – ce qui est la définition même de l'austérité. Un autre enseignement est que, dans sa dynamique, le projet néolibéral est profondément austère et austéritaire pour l'État comme pour toutes les populations – même si sa version ordo-libérale née après la Seconde guerre mondiale dit assurer une aide minimale aux plus pauvres (Foucault, *op. cit.*).

Pour les ordo-libéraux allemands et autrichiens et les néolibéraux étasuniens aussi bien que, après la Seconde Guerre mondiale, pour les membres de la Société du Mont-Pèlerin qui sont souvent les mêmes, l'État, réputé incompetent en matière d'économie, doit dorénavant garantir les conditions d'existence de l'économie de marché, mais en se gardant de prendre des décisions économiques. Mis à contribution, il doit favoriser l'avènement de cette nouvelle société qui s'en remet aux marchés pour la réguler (Foucault, *op. cit.*, p. 296 ; Dardot, 2013). L'économie devient alors le savoir central de la société à venir. Le programme de cette doctrine est de « détrôner la politique », selon l'expression de Friedrich Hayek, « par la sanctuarisation constitutionnelle de l'économie » (Chamayou, *op. cit.*, p. 236 et 237). Autrement dit, il faut agir sur « la redéfinition de l'institution juridique et des

¹⁷ Comme on peut le lire dans les actes du Colloque, voir Audier (2021).

règles de droit [...] à partir et en fonction de l'économie concurrentielle de marché » (Foucault, *op. cit.*, p. 166).

Pour détrôner la politique, il faut instaurer de nouvelles normes collectives et individuelles de comportement : « L'*homo æconomicus* qu'on veut constituer [...], c'est l'homme de l'entreprise et de la production » ; l'entreprise devient la « puissance informante de la société » et le modèle à suivre en tous domaines ; l'« interventionnisme juridique de l'État » institue la « structure formelle de la concurrence » comme principe général¹⁸ (*ibid.*, p. 152, 154, 167, 296). L'État, réduit à la portion congrue, a pour rôle de garantir, par des lois adaptées, le bon fonctionnement de l'économie.

Ainsi aux États-Unis depuis les années 1960, la « politique des caisses vides » vise à :

« limiter ou à diminuer les recettes de l'État, en plafonnant ou en baissant les impôts [...] dans le dessein de creuser les déficits budgétaires. [...] L'objectif de cette stratégie consiste à créer ce qu'un chercheur américain nomme “un climat d'austérité” et un autre “un levier permanent pour couper les budgets sociaux” » (Guex, 2003, p. 54)

Réduire la taille de l'État par l'action de l'État et la loi, c'est assurer juridiquement la pérennité des politiques austéritaires.

On considère généralement que le néolibéralisme a été mis en place par les gouvernements de Margaret Thatcher en Angleterre en 1979 et Ronald Reagan aux États-Unis en 1980. Leurs politiques de démantèlement de l'État et des droits sociaux de même que leurs influences idéologiques, Friedrich Hayek pour la première et Milton Friedman pour le second – tous deux membres de la Société du Mont-Pèlerin –, ne laissent aucun doute sur la nature de leur politique. Toutefois, on trouve des exemples de politiques inspirées par une approche néolibérale bien plus tôt : dans les années 1970, les « ajustements structurels » de la Banque mondiale et du Fonds Monétaire International (FMI) dans les pays du sud par exemple (Toussain, 2004).

J'appelle *discours néolibéral* l'ensemble des productions verbales reprenant la doctrine du néolibéralisme, mais j'estime que ce discours idéologique n'est ni unique, ni uniforme, ni cohérent (Guilbert, 2011, 2020a, *op. cit.*). Dans les médias, il prend la forme de l'évidence en ne se donnant jamais pour ce qu'il est, il utilise de nombreux procédés discursifs, énonciatifs, argumentatifs, manipulatoires pour se présenter sur le mode du cela-va-de-soi ou du sens commun (Guilbert, 2007,

¹⁸ La nominalisation « interventionnisme juridique de l'État » est de Louis Rougier, organisateur du colloque Walter Lippmann.

2011, 2020a, *op. cit.*). Aujourd'hui, le discours néolibéral s'est diffusé dans toutes les sphères de la société : médias de masse, entreprises privées, services publics de l'éducation et de la santé, services sociaux, agriculture, arts, culture, gestion des ressources naturelles, sports, tourisme, etc. Étant ubiquitaire, il apparaît comme naturel et commun, voire efficient, notamment dans les médias.

Discours néolibéral et médias

Un exemple de constitution des opinions par les médias

Les médias sont producteurs mais aussi et surtout récepteurs et diffuseurs de discours. Plus précisément, ce sont des *discours seconds* qui reçoivent puis diffusent et transmettent des *discours premiers* issus des organisations financières internationales, des gouvernements et du personnel politique, des grandes firmes mondialisées, des marchés, des spécialistes académiques de l'économie, etc. Étudier les médias de masse ou médias *mainstream*¹⁹, c'est donc étudier comment ceux-ci reçoivent, interprètent, intériorisent puis diffusent et paraphrasent ces discours premiers, c'est avant tout analyser la réception de ces discours premiers et les effets qu'ils produisent sur les médias eux-mêmes.

S'il est quasiment impossible de mesurer l'impact de tel ou tel discours médiatique sur le public, il est tout aussi indéniable que les croyances économiques néolibérales ont intégré peu à peu les médias et les représentations des populations. Le terme « croissance » en est une illustration. Ce qui était « bon pour la croissance » dans les années 1960-1970 référait aux produits laitiers à donner aux enfants. *La croissance*, affublée de son article défini « la », a pris un sens exclusivement économique depuis les années 1980-1990. Le terme n'est jamais questionné dans les médias et n'a plus besoin d'être qualifié pour être saisi dans son acception économique. En voici un exemple, lors de l'épisode de « la cagnotte » sous le gouvernement Jospin : on s'interrogeait alors, dans les discours médiatiques, sur la destination à donner à un surplus budgétaire dans les finances publiques :

L'Expansion, 14/09/2000, éditorial :

« Tout le monde veut une part du gâteau de la croissance. »

Cet exemple montre un trait fondamental du discours néolibéral dans les médias : l'éditorialiste endosse sans mandat le rôle de porte-parole de l'opinion

¹⁹ Il existe bien sûr des publications et des médias non néolibéraux, mais ceux-ci sont marginaux vis-à-vis des « grands médias » (voir Duval, 2000 et Cagé, 2015).

(« tout le monde ») et lui prête un désir (« veut »). Cette ventriloquie et sa répétition plusieurs jours de suite²⁰ constituent une manipulation, c'est-à-dire « la réduction la plus complète possible de la liberté de l'auditoire de discuter ou de résister à ce qu'on lui propose » (Breton, 1997, p. 24). En lui assénant ce qu'il est censé déjà penser – un déjà-là, une représentation déjà partagée –, on dénie au public la capacité à se faire une opinion par lui-même. Les formes délocutives comme « tout le monde » permettent, par un même mouvement discursif, de dissimuler la manipulation tout en partageant la responsabilité du dire avec le lecteur (Guilbert, 2007, 2011, 2020a, *op. cit.*).

Le discours néolibéral dans les médias

Montrer comment le néolibéralisme a systématiquement su se mettre en scène dans les médias reste à faire. Certains éléments sont toutefois bien documentés (Oreskes & Conway, *op. cit.*). Les néolibéraux après la Seconde guerre mondiale, par exemple, semblent avoir pour objectif d'occuper les médias et d'influencer les opinions publiques avec des messages simples. Lippmann a tenu une rubrique populaire T&T (*Today and Tomorrow*) à partir de 1931 et pendant une cinquantaine d'année dans le *New York Herald Tribune* ; les romans d'Ayn Rand, figure néolibérale et libertarienne, ont connu un immense succès aux États-Unis ; Milton Friedman, chef de file du néolibéralisme étasunien, a :

« utilisé, pour répandre ses idées, les ouvrages de vulgarisation, les journaux et les périodiques populaires, les émissions de radio et de télévision [...] c'est avant tout une croisade idéologique et politique que Friedman a mené depuis le début de sa carrière » (Dostaler, 2004, p. 77).

Étudiante de M. Friedman à l'université de Chicago et relatant un souvenir personnel, S. Zuboff apporte un élément essentiel concernant la conception friedmanienne de la démocratie : elle décrit « un pédagogue infatigable, persuadé que l'action législative et juridique reflète systématiquement l'opinion publique de la génération précédente ». Son projet est de persuader la génération à laquelle il s'adresse et plus largement l'opinion publique, « à grands renfort d'articles, de livres et d'émission grand public » (Zuboff, *op. cit.*, p. 688-689), et surtout d'inscrire la société néolibérale qu'il promeut dans le système juridique. L'autrice ajoute un propos similaire de Hayek dans une interview de 1978 : « je travaille sur l'opinion

²⁰ Pour une série d'exemples, quasiment identiques, à la même période : T. Guilbert, 2014.

publique. Je ne crois même pas qu'avant qu'elle change, une réforme du droit puisse améliorer quoi que ce soit [...], l'essentiel c'est de changer les opinions²¹. »

Ces exemples confirment le travail de l'opinion à travers les médias déjà présent chez Lippmann : gagner les opinions est la première étape indispensable vers la nouvelle société, elle précède les changements juridiques, le discours est donc essentiel dans ce combat idéologique. Pour ces néolibéraux, il faut fabriquer l'opinion par des discours s'adaptant aux médias de masse. On voit bien que pour eux, les discours ne font pas qu'accompagner les politiques néolibérales : ils doivent les précéder et les constituer pour rendre les décisions politiques et juridiques acceptables. Les discours dans les médias de masse sont les *actes* essentiels de ce combat d'idées, autrement dit, ils sont pensés par ces deux chefs de file comme des actes capables de constituer une forme d'acceptabilité (Faye, *op. cit.*, p. 226) – c'est-à-dire comme capables de mettre en place les conditions de l'acceptation par les populations de la doctrine néolibérale. Le discours néolibéral, conçu dès ses prémices comme une réaction à l'avancée des idées sociales, est donc une vaste entreprise de communication dirigée vers les populations : il reposerait essentiellement sur les médias de masse et utiliserait les techniques de « la fabrique du consentement ». L'une d'entre ces techniques est le récit, ou la narration, de cette nouvelle société ; un récit qui doit être repris, reformulé, paraphrasé par et dans les médias. Le constat suivant de Jean-Pierre Faye semble s'appliquer singulièrement au discours néolibéral et ses variantes (ses « écarts narratifs ») : « Dans le champ où se déplacent les écarts narratifs ce qui est alors visible, c'est que l'effet de récit est porteur d'action. » (*ibid.*, p. 66). Les écarts narratifs du récit néolibéral construisent une image idéologique du monde²², laquelle agit sur les représentations des populations. Toutefois, il faut insister sur un point : comme les exemples de Friedman et Hayek le montrent, la fabrique du consentement n'est pas l'objectif ultime des néolibéraux mais le moyen essentiel pour s'assurer que la doctrine néolibérale s'inscrira *in fine* dans le système juridique d'un pays.

Les médias, quant à eux, sont conçus ici comme les vecteurs, les agents transmetteurs, les moyens de diffusion de masse de ces discours. Mais il y a plus : si l'on admet que le discours néolibéral est imaginé et produit, dès les écrits de Lippmann, dans le cadre-même des médias, on peut en déduire qu'il se construit *dans, pour et en fonction* du média de masse dans lequel il apparaît. Je précise ce point important en utilisant Roland Barthes. Si « tenir un discours », c'est « reprendre à son compte un discours mille fois dit, entendu (discours éculé), comme si on l'inventait, avec la conviction de la première fois », c'est aussi « investir un discours » et « être investi

²¹ F. Hayek, interview par Robert Bork, Center for Oral History Research, University of California, Los Angeles, 4 nov. 1978, cité dans S. Zuboff, *op. cit.*, p. 689.

²² C'est le cas de l'introduction de *La Cité libre* de Lippmann qui dresse une narration du monde à travers le référent flottant « notre temps » (T. Guilbert, 2023, *op. cit.*).

par un discours », c'est « prendre des ordres d'une phraséologie » (Barthes, 2002, p. 196). Ainsi, les conditions de production d'un média donné modèlent le discours qui s'y tient. Un éditorial néolibéral de presse n'est pas un éditorial néolibéral de radio qui, lui-même, n'est pas un discours néolibéral de télévision. Pour autant, tous trois appartiennent à un même discours (une même formation discursive), à un ensemble de productions verbales possédant des caractéristiques néolibérales communes mais reformulées selon le média dans lequel elles sont tenues. Et en retour, le discours néolibéral agit sur le média (et son personnel) dans lequel il se forme en imposant, par exemple, des contraintes de programmation (chroniques et émissions économiques, nombre et durée des publicités, sélection et traitement des nouvelles, etc.). Ce mimétisme, cette homotypie – au sens où ce discours prendrait sa forme directement dans le média, c'est-à-dire dans l'environnement où il apparaît – et l'influence progressive en retour du discours néolibéral sur les médias expliqueraient en partie pourquoi il passe inaperçu : il ne cesserait de s'adapter aux médias et d'adapter les « nouveaux » médias des XX^e et XXI^e siècles à son image.

Ainsi pour revenir aux prémices du néolibéralisme, il faudrait prendre en compte les nouvelles opportunités de fabrique de l'opinion qui se développaient dans les années 1920 et 1930. Quelques années seulement avant le colloque Walter Lippmann, il y a eu deux avancées technologiques considérables dans les médias de masse : la radiodiffusion, puis le cinéma parlant. Toutes deux fonctionnaient comme un nouveau prolongement de nos sens et reposaient sur la voix, un nouveau canal de diffusion particulièrement sensoriel et suggestif²³.

Afin d'illustrer cette homotypie entre médias et discours néolibéral, voici deux en France et un aux États-Unis. Dans les années 1970, la médiatisation, via le média télévision, de Valéry Giscard d'Estaing présenté comme la figure même du « nouvel art de gouverner » (Foucault, *op. cit.*, p. 151) et de la modernité – *topoi* néolibéraux repris lors de la couverture de son décès en 2020 – n'est pas fortuite à un moment où il est évident pour tous que « le petit écran gagne largement les foyers français²⁴ ». De même, l'utilisation de la figure d'Yves Montand, homme réputé de gauche, se ralliant à la doctrine néolibérale lors de l'émission « Vive la crise ! », le 22 février 1984 en direct sur la chaîne publique de télévision *Antenne 2*, n'a rien d'un discours théorique : elle s'adapte parfaitement au format télévisuel de l'époque²⁵.

²³ La radio, souvent contrôlée alors par le pouvoir politique, est un média de masse particulièrement adapté à la suggestion : « La radio touche les gens dans leur intimité. C'est une relation de personne à personne, qui ouvre un monde de communication entre l'auteur-speaker et l'auditeur. C'est là le côté direct de la radio. C'est une expérience privée. » (Mc Luhan, *op. cit.*, p. 345).

²⁴ <https://www.europe1.fr/medias-tele/comment-valery-giscard-destaing-a-transforme-le-rapport-des-presidents-aux-medias-4009719>, consulté le 14 avril 2021.

²⁵ <https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/video-le-22-fevrier-1984-yves-montand-presentait-vive-la-crise-a-la-tele-7781997806>, consulté le 14 avril 2021.

Aux États-Unis, Edwin Feulner, l'un des fondateurs et président de la *Heritage Foundation* (1973-1977) – *think tank* et *lobby* très influent financé par les magnats de la presse Edward Noble et Richard Mellon –, propose à Reagan d'écrire des « *brief-case-test* », des « messages simples, bien identifiables et faciles à diffuser » dans les médias (Dezalay & Garth, 1998, p. 11). Dans l'introduction de *The March of Freedom* en 1998 – titre en relation dialogique avec *The Road of Serfdom* de F. Hayek (1944) –, il écrit :

« C'était un objectif conscient de la *Heritage Foundation* – être une présence permanente à Washington. Nous nous sommes efforcés de rendre les idées conservatrices non seulement respectables, mais aussi courantes [*mainstream*]. Pour définir les termes du débat politique national. Pour offrir [...] des alternatives positives et pratiques de libre marché aux politiques libérales ratées de l'ancien ordre²⁶. »

Il semble donc que les messages néolibéraux en direction de la population sont conçus *dans, par et pour* les médias dans lesquels ils apparaissent.

Ce que le néolibéralisme fait aux médias

Si le discours néolibéral agit sur la programmation et le discours même des médias, il modifie également la structure du champ médiatique. Il faut donc ajouter à ce tableau une évolution économique relativement récente des médias. Depuis les années 1990 jusqu'à aujourd'hui, les effets du discours médiatique néolibéral sont d'autant plus prégnants que de grands groupes de communication détenus par des multinationales se sont constitués par regroupements monopolistiques. L'un des effets de ces regroupements a été de réduire le nombre de journalistes de terrain et la pluralité des positionnements dans les médias dominants²⁷ (Cagé, *op. cit.*). Ces médias reprennent plus facilement les discours premiers des instances que Pierre Bourdieu désigne, un peu à la manière de Bernays, comme le « véritable gouvernement mondial invisible », autrement dit « les grandes firmes multinationales et leurs conseils d'administrations internationaux, les grandes organisations internationales, OMC, FMI et Banque mondiale aux multiples subdivisions [...], et toutes les réalités correspondantes, commissions, et comités de technocrates non élus » (Bourdieu, *op. cit.*, p. 88). Cette « restructuration » des médias, encore en cours actuellement, place ces derniers sous la domination de ces grands groupes internationaux qui ont intégré

²⁶ Ma traduction du site officiel de la *Heritage Foundation* : <https://www.heritage.org/staff/edwin-feulner>, consulté le 14 avril 2021.

²⁷ Pour un exemple plus récent, voir Halimi & Rimbart (2021).

les *discours premiers* néolibéraux et qui, de fait, contrôlent les *discours seconds* dirigés vers les populations :

« A travers le pouvoir presque absolu qu'ils détiennent sur les grands groupes de communication [...] ces nouveaux maîtres du monde tendent à concentrer tous les pouvoirs, économiques, culturels et symboliques [...] ils sont ainsi en mesure d'imposer très largement une vision du monde conforme à leurs intérêts. [...] Bien qu'ils n'en soient pas à proprement parler les producteurs directs, [...] les grands groupes de communication contribuent pour une part décisive à la circulation quasi-universelle de la doxa envahissante et insinuante du néo-libéralisme, dont il faudrait analyser en détail la *rhétorique* » (*ibid.*, p. 89, italiques de l'auteur).

Le rôle constitutif du discours des médias de masse dans l'imposition d'« une vision du monde conforme à leurs intérêts » est donc central, comme l'avaient déjà compris Lippmann, Bernays, Hayek et Friedman, notamment.

Il semble alors important de replacer cette fabrique du consentement dans ce que Foucault appelle la « gouvernementalité néolibérale ». Certes, Foucault a sous-estimé toute l'importance de Lippmann pour le néolibéralisme en ne lui consacrant que quelques lignes et en remarquant à propos de *La Cité libre* :

« Livre curieux, parce que c'était un livre qui, d'une part, reprend en effet, sous la forme d'une pure et simple réactivation, les théories du libéralisme classique, mais aussi, par un certain nombre de côtés, présente des éléments qui font partie du néolibéralisme. » (Foucault *op. cit.*, p. 138).

La conception verticale de la démocratie et de la communication de Lippmann n'est pas incompatible avec la gouvernementalité foucauldienne, bien au contraire. Selon Foucault, la gouvernementalité est une forme de pouvoir, apparue à la fin du XVIII^e siècle, qui s'est développée plus fortement après la Seconde guerre mondiale (Foucault, 2004a). Cette forme de pouvoir se rapproche de la conception de Lippmann en ce qu'elle cherche à « conduire les conduites » de la population, à diriger les comportements. La gouvernementalité est un pouvoir qui ne se donne pas comme un pouvoir, elle s'appuie sur la normalisation des conduites, c'est-à-dire sur la force de coercition de la norme, notamment en repliant l'écart sur la norme. Cette force de coercition est d'autant plus efficace qu'elle ne se montre pas comme telle, elle repose sur l'évidence de la norme en s'appuyant sur le normal : « C'est le normal qui est premier et c'est la norme qui s'en déduit », comme l'explique Foucault dans son cours du 25 janvier 1978 (*ibid.*). Selon lui, la « forme majeure du savoir » de la gouvernementalité est l'économie politique, sa « cible principale » est la population. Pour conduire les conduites, elle développe « toute une série d'appa-

reils spécifiques de gouvernement » (*ibid.*) qui édictent ou promeuvent les normes et des injonctions normatives. Je considère que les médias dominants font partie de cette dernière catégorie, ce sont des appareils spécifiques de la gouvernementalité néolibérale (Guilbert, 2020b, p. 179-204). Le discours médiatique et journalistique dominant est à la fois le réceptacle du discours premier (la forme majeure du savoir) et le producteur-diffuseur du discours second dirigé vers la population dans le but de conduire les comportements. Ces discours médiatiques, gorgés de publicités (directes, indirectes, masquées) et d'incitations diverses (placement de produits dans les films et séries, *nudging* et manipulation du « surplus comportemental²⁸ » sur les plateformes), et ces discours journalistiques de masse qui définissent la normalité, parviennent à constituer ce discours doctrinal néolibéral et austéritaire comme un cela-va-de-soi, comme une vision du monde « normale », au sens de Foucault. Si la gouvernementalité n'impose pas par la force mais s'appuie sur *ce qui apparaît comme normal* dans le but de normaliser les comportements, mon hypothèse est alors que la normalité néolibérale et austéritaire, présentée dans et par les discours médiatiques et journalistiques de masse, aboutit à produire des injonctions normatives « implicites et explicites agissant, plus ou moins directement, sur les comportements économiques des acteurs sociaux » (Guilbert & Lebaron, 2017, p. 221), mais aussi sur leurs représentations économiques, politiques, sociales, et sur les formes de subjectivation, notamment identitaires (Laurent, *op. cit.*).

Pour conclure provisoirement

L'hypothèse développée dans ce chapitre est que, depuis ses origines, la gouvernementalité néolibérale utilise le discours des médias de masse comme « fabrique du consentement » de la population. Présente dans les ouvrages de Lippmann²⁹, et certainement dans ses chroniques *T&T*, et repise après-guerre par les tenants du néolibéralisme comme Friedman et Hayek, cette conception verticale de la démocratie attribue aux *leaders* le rôle de diriger les masses. Il s'agissait de mettre en place une stratégie de communication du pouvoir (économique), née d'une réaction de protection existentielle vis-à-vis de l'émancipation des « masses » et du recul du libéralisme et visant à faire accepter l'agenda néolibéral. Intégrer les médias de masse et les modifier en profondeur a permis au discours néolibéral de gouverner la

²⁸ L'expression est de S. Zuboff, *op. cit.* Ce sont toutes les informations sur nous-mêmes que nous laissons lors de nos recherches et de nos utilisations des plateformes Internet, lesquelles les récupèrent, les travaillent et les revendent aux publicitaires qui agissent sur nos comportements en nous proposant des produits personnalisés. Le *nudge* ou *nudging* est la technique par laquelle on agit sur le comportement des utilisateurs en suggérant une action.

²⁹ *Public Opinion* (1922), *Le Public fantôme* (1925) et *La Cité libre* (1938).

population en articulant sa conception de la démocratie à sa conception austéritaire de l'économie.

Selon cette hypothèse, il existe alors deux grands types de discours néolibéraux : les discours *premiers* des grands organismes néolibéraux dirigés vers les pouvoirs politiques et médiatiques, et les discours *seconds* des médias de masse, lesquels paraphrasent les premiers et sont dirigés vers les populations. En plus d'assurer leur large diffusion, les dispositifs institutionnels médiatiques dominants – appareils spécifiques de la gouvernementalité néolibérale – confèrent aux discours seconds une forme de légitimité et de normalité qui facilite leur acceptabilité et leur intériorisation par les populations.

L'intrication du discours néolibéral dans le discours médiatique dirigé vers les populations n'est donc pas fortuite. Qu'ils soient classiques ou « sociaux », les médias de masse en sont les vecteurs, ils le transmettent au sens quasiment médical ou épidémiologique du terme. Lorsqu'on pousse la logique de cette intrication, une nouvelle hypothèse apparaît selon laquelle le discours néolibéral épouse la forme du média dans lequel il est tenu, autrement dit qu'il prend forme – des formes différentes – dans chaque média et selon chaque média. Cette adaptation au milieu de perception renforce son invisibilité médiatique, son évidence discursive et sa capacité à conditionner les populations.

Le discours néolibéral gagne ainsi un second niveau d'évidence : l'évidence discursive se double d'une évidence communicationnelle propre aux médias. Les effets d'imposition symbolique, effets de sens des discours médiatiques néolibéraux, sont d'autant plus efficaces que, comme toute évidence, ils sont perçus sans être remarqués (Guilbert, 2007, 2011, 2014, 2020a, *op. cit.*). À chaque « crise », le discours médiatique austéritaire se présente comme naturel, normal, évident ; à chaque « crise », il dramatise la situation et se pose comme la seule issue possible ; à chaque « crise », il vise à normaliser les comportements (LIGNES, 2009). Et chaque fois, par un effet de cliquet, il renforce l'évidence des représentations néolibérales et leur institutionnalisation dans les systèmes juridiques.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALTHUSSER Louis, « Idéologie et appareils idéologiques d'État. Notes pour une recherche ». In: ALTHUSSER Louis, **Positions**, Paris: éditions Sociales, 1976. p.67-125.

AUDIER Serge, **Le Colloque Walter Lippmann. Aux origines du « néo-libéralisme »**, Paris: Bord de l'eau 2009/Apple Books, 2021.

BARBIER Frédéric et BERTHO-LAVENIR Catherine, **Histoire des médias, de Diderot à Internet**. Paris: Armand Colin, 1996.

BARDINI Thierry, Entre archéologie et écologie. Une perspective sur la théorie médiatique. **Multitudes**, n.62, p.159-170, 2016.

BARTHES Roland, Tenir un discours, séance du 12 janvier 1977. In: BARTHES Roland, **Comment vivre ensemble. Cours et séminaires au Collège de France 1976-1977**, texte établi, annoté et présenté par C. Coste. Paris: Seuil IMEC, 2002, p.187-198.

BERNAYS Edward, **Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie**. Paris: La découverte, [1928], 2007.

BRETON Philippe, **La parole manipulée**. Paris: La Découverte, Poche essais, 1997.

CAGÉ Julia, **Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie**. Paris: Seuil, 2015.

CHAMAYOU Grégoire, **La société ingouvernable. Une généalogie du libéralisme autoritaire**. Paris: La fabrique, 2018.

BOURDIEU Pierre, **Contre-feux 2**. Paris: Liber-Raisons d'agir, 2001.

CHARON Jean-Marie, **Les médias en France**. Paris: La découverte, 2003.

CITTON Yves, **Médiarchie**. Paris: Seuil, 2017.

DARDOT Pierre, Le capitalisme à la lumière du néolibéralisme. **Raisons politiques**, n.52, p.13-22, 2013.

DENORD François, **Le néo-libéralisme à la française. Histoire d'une idéologie politique**. Réédition revue. Marseille: Agone, [2007], 2016.

DEZALAY Yves & GARTH Bryant, Le "Washington consensus". Contribution à une sociologie de l'hégémonie du néolibéralisme. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.121-122, p.3-22, 1998.

DOSTALER Gilles, **Alternatives économiques**, n.228, p.76-78, sept. 2004.

DUVAL Julien, Le journalisme à l'économie. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.131-132, p.56-75, 2000.

FAYE Jean-Pierre, **Introduction aux langages totalitaires. Théorie et transformation du récit**. Paris: Le livre de poche, 2003.

FEHER Michel, **Le temps des investis. Essai sur la nouvelle question sociale**. Paris: La découverte, 2017.

FOUCAULT Michel, **Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France. 1977-1978**. Paris: EHESS/Gallimard, Seuil, 2004a.

FOUCAULT Michel, **Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France. 1978-1979**. Paris: EHESS/Gallimard-Seuil, Leçons des 14 et 21/02/1979, 2004b.

GUÉX Sébastien, La politique des caisses vides. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.146-147, p.51-61, 2003.

GUILBERT Thierry, **Le discours idéologique ou la force de l'évidence**. Paris: L'Harmattan, 2007.

GUILBERT Thierry, **L'« évidence » du discours néolibéral. Analyse dans la presse écrite**. Broissieux: Croquant, 2011.

GUILBERT Thierry, La “mise en évidence” du discours économique par la presse écrite, dans M. Temmar, J. Angermüller, F. Lebaron, **Les discours sur l'économie**, Paris: PUF, p.148-149, 2014.

GUILBERT Thierry, Leonarda, le Président et les médias. Communication politico-médiatique et représentations identitaires à propos des Roms. Dans F. Hailon, A. Richard, N. Guellil (éd.), **Discours politiques identitaires dans les médias**. Paris: L'Harmattan, p.77-108, 2015.

GUILBERT Thierry, **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: UNICAMP, (traduction de T. Guilbert 2007), 2020a.

GUILBERT Thierry, Foucault, le discours et la gouvernementalité néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Foucault face à la norme**. Paris: Mare & Martin, p.179-204, 2020b.

GUILBERT Thierry, Narrations croisées de la “crise grecque” : comment le rappel à la norme budgétaire a rétabli l'hégémonie néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Narrations de la norme**. Paris: Mare & Martin, p.171-200, 2021.

GUILBERT Thierry, L'articulation du récit idéologique et de l'éditorial dans l'introduction de *La Cité libre* de Walter Lippmann. **Langage et Société**, n°178, p.139-159, 2023.

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 et Société**, n°160-161, p.217-235, 2017.

GUILHAUMOU Jacques, Percevoir et traduire la violence verbale du peuple. De l'Ancien Régime au XIX^e siècle. In: CLAUDINE M., NATHALIE A., FRACCHIOLLA B., SCHULTZ-

ROMAIN C. org.). **De l'impolitesse à la violence verbale**, t. 2, Paris: L'Harmattan, 2008.

HALIMI Serge et RIMBERT Pierre, Comment Donald Trump et les médias ont ravagé la vie publique. **Le Monde diplomatique**, mars 2021.

KRÄMER Sybille, Was haben die Medien, das Computer und die Realität miteinander zu tun? In: **Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitvorstellungen und Neue Medien**, Francfort-sur-le-Main: Suhrkamp, 1998.

LANDOWSKI Éric, **La société réfléchie**. Paris: Seuil, 1989.

LAURENT Sylvie, **Pauvre petit blanc. Le mythe de la dépossession raciale**. Paris: éditions de la MSH, 2020.

LIGNES, De la crise comme méthode de gouvernement, n.30, 2009, <http://www.cairn.info/revue-lignes-2009-3.htm>

LIPPMANN Walter, **Public Opinion**. Classic Books America, [1922], 2009.

LIPPMANN Walter, **La Cité libre**. Paris: Les Belles Lettres, [1938], 2011.

MANDER Jerry, Les technologies au service de la mondialisation. In: GOLDSMITH E. & MANDER J. (org.). **Le procès de la mondialisation**. Paris: Fayard, 2001, p.99-114.

MARIGNIER Noémie, Pour l'intégration du concept d'*agency* en analyse du discours. **Language et Société**, n.170, p.15-37, 2020.

MATTELART Armand, **La communication-monde, Histoire des idées et des stratégies**. Paris: La Découverte, 1992.

MC LUHAN Marshall, Pour comprendre les média. Paris: Seuil, [1964], 1976.

MILANESE Arnaud, **Walter Lippmann, d'un néolibéralisme à l'autre. Changement social et leadership libéral**. Paris: Classiques Garnier, 2021.

ORESKE Naomi & CONWAY Erik M., **Le grand mythe. Comment les industriels nous ont appris à détester l'État et à vénérer le libre marché**. Paris: Les liens qui libèrent, 2023.

ORTEGA Y GASSET José, **La révolte des masses**. Paris: Les Belles Lettres, [1926], 2010.

PERRENOT Pauline, **Les médias contre la gauche**. Marseille: Agone, coll. Contre-feux, 2023.

RANCIERE Jacques, **La haine de la démocratie**. Paris: La Fabrique, 2005.

RIUTORT Philippe, **Sociologie de la communication politique**. Paris: La Découverte, 2007.

STIEGLER Barbara, « Il faut s'adapter ». **Sur un nouvel impératif politique**. Paris: Gallimard, NRF éditions, 2019.

TOUSSAIN Éric, Mondialisation des inégalités et offensive néolibérale. In: TOUSSAIN Éric, **La finance contre les peuples. La bourse ou la vie**. Paris: Syllepse-CETIM-CADTM, p.31-66, 2004.

VARGAS LLOSA Mario, **Temps sauvages**. Paris: Gallimard, 2021.

ZINN Howard, **Une histoire populaire des États-Unis**. Marseille: Agone, 2002.

ZUBOFF Shoshana, **L'Âge du capitalisme de surveillance**. Paris: Zulma, 2020.

A DIFUSÃO DA “LÓGICA ECONÔMICA”:
PADRÕES E DIVERSIFICAÇÃO NO
MERCADO DE OPINIÕES BRASILEIRO

*THE DIFFUSION OF “ECONOMIC LOGIC”:
PATTERNS AND DIVERSIFICATION IN THE
BRAZILIAN MARKET OF OPINIONS*

*LA DIFUSIÓN DE LA ‘LÓGICA ECONÓMICA’:
PATRONES Y DIVERSIFICACIÓN EN EL
MERCADO DE OPINIONES BRASILEÑO*

*Allana MEIRELLES**

RESUMO: Este artigo analisa os economistas-colunistas e seus investimentos editoriais, a fim de compreender a difusão e a legitimação da *doxa* econômica, a diferenciação dos perfis de publicação em correlação com as posições que os agentes ocupam no campo do poder e no mercado de opiniões, bem como as possibilidades de pretensão intelectual e ganhos simbólicos. Para tanto, foram analisados 33 economistas-colunistas que escreveram nos principais jornais do país – *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* – entre 2014 e 2022. A pesquisa baseou-se na prosopografia e na análise qualitativa dos paratextos dos 160 livros publicados pelos economistas-colunistas entre 2000 e 2025.

PALAVRAS-CHAVE: Economistas. Colunistas. Mercado Editorial. Intelectual. Experts.

ABSTRACT: *This article examines economist-columnists and their editorial investments, in order to comprehend the diffusion and legitimation of economic doxa, the differentiation of publication profiles in correlation with the agents’ positions in the field of power and in the market of opinions, as well as the possibilities for*

* Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP) e pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Docente do departamento de Ciências Sociais da UNESP, campus de Araraquara. <https://orcid.org/0000-0001-9925-8965>. allana.meirelles@unesp.br

intellectual pretension and symbolic profits. To this purpose, the analysis includes 33 economist-columnists who wrote for Brazil's leading newspapers – Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, and O Globo – between 2014 and 2022. The research is based on prosopography and qualitative analysis of the paratexts from the 160 books published by these economists after the 2000s.

KEYWORDS: *Economists. Experts. Economic Journalism. Intellectuals. Publishing Market.*

RESUMEN: *Este artículo analiza a los economistas-columnistas y sus inversiones editoriales para comprender la difusión y legitimación de la doxa económica, la diferenciación de perfiles de publicación en correlación con las posiciones que los agentes ocupan en el campo del poder y en el mercado de opiniones, así como las posibilidades de pretensión intelectual y lucros simbólicas. Con este fin, se estudiaron 33 economistas-columnistas que escribieron en los principales periódicos de Brasil – Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo y O Globo – entre 2014 y 2022. La investigación combinó prosopografía y análisis cualitativo de los paratextos de los 160 libros publicados por estos economistas después de los años 2000.*

PALABRAS-CLAVE: *Economistas. Expertos. Periodismo económico. Intelectuales. Mercado editorial.*

A presença dos economistas e a reprodução da *doxa* econômica nas páginas dos jornais têm sido objeto de análise de pesquisas na área de Sociologia. A consolidação dos economistas como elites dirigentes (Loureiro, 1997; Klüger, 2017); a sedimentação do modelo de expertise na política e nos espaços das intervenções públicas (Dezalay; Garth, 2000; Sapiro, 2009; Eyal; Buchholz; 2010; Meirelles, 2021); e o desenvolvimento do jornalismo econômico (Abreu, 2003; Duval, 2004; Pedroso, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso; Undurraga, 2019; Meirelles, Chiaramonte, 2020; Perissinotto *et al.*, 2024) tornaram a temática central para a compreensão das relações de poder e dominação bem como das mudanças em termos de práticas e formas de legitimação no campo do poder, na universidade, na imprensa e no debate público de maneira mais geral.

Enquanto algumas pesquisas enfatizam os discursos e as estratégias dos economistas, relacionando-os às trajetórias, posições no campo do poder e inclinações ideológicas (Loureiro, 1997; Klüger, 2017; Jardim; Moura, 2021); outras se debruçam sobre as características dos jornalistas, suas relações com os economistas e as lógicas desse subcampo¹ do jornalismo (Duval, 2004; Neiburg, 2004; Puliti, 2009; Pedroso, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso; Undurraga, 2019;

¹ A noção de subcampo do jornalismo foi desenvolvida por Marchetti, 2005.

Meirelles; Chiaramonte, 2020; Perissinotto *et al.*, 2024). Em geral, esses estudos têm demonstrado a financeirização do noticiário; a predominância de perspectivas mais ortodoxas na cobertura de economia no Brasil; a heteronomia do jornalismo, especialmente, da editoria de economia; as relações de homologia entre jornalistas e suas fontes (os economistas); a formação de uma comunidade epistêmica (*Ibid.*). Além disso, enfatizam a reivindicação, por parte desses agentes, de um conhecimento técnico especializado, que se passa por neutro, não ideológico, e que busca ser reconhecido como único capaz de guiar os debates políticos e econômicos (Klüger, 2015; Perissinotto *et al.*, 2024).

Em diálogo com essas investigações, este artigo vai além da relação entre espaço dos economistas e jornalismo, incorporando a interseção estabelecida com o mercado editorial. Nesse sentido, busca compreender: 1) a difusão e a legitimação de padrões discursivos por parte dos economistas; 2) a diferenciação dos perfis de publicação editorial em correlação com as posições no campo do poder e no mercado de opiniões² (Meirelles, 2021, 2025); 3) as possibilidades de pretensão intelectual e os ganhos simbólicos desses investimentos editoriais. Tal análise permitiu identificar o jogo duplo dos economistas-colunistas-escritores, que oscilam entre, de um lado, a mobilização de cálculos, da ortodoxia matematizada, da imagem de técnicos, e, de outro, o esforço para se afastarem do rótulo de “tecnocratas” e conquistarem um reconhecimento enquanto “intelectuais”, “pensadores” e/ou enquanto comunicadores claros e acessíveis. Nesse sentido, também se verificou uma divisão do trabalho entre esses agentes, contribuindo para a eficácia simbólica na difusão da “lógica econômica”.

O artigo baseou-se na análise de 33 economistas que atuaram como colunistas dos três principais jornais generalistas do país – *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* – durante o período de 2014 a 2022 e que publicaram livros após os anos 2000. Para a seleção do corpus, foram adotados os seguintes critérios: 1) ter assinado uma coluna periódica nos jornais e no período citados, excluindo os nomes que começaram a escrever apenas em 2022 e os que ficaram nos jornais em períodos inferiores a um ano, a fim de reter somente os agentes com maior dedicação à atividade nos oito anos de recorte; 2) ter alguma etapa de formação em Economia³ e atuação específica como tal, de modo a não incluir os jornalistas de economia (mesmo que atuem como colunistas da área ou que tenham alguma etapa de formação associada). A partir desses parâmetros, chegamos a 45 nomes. Não foram encontrados livros publicados entre 2000 e 2025 de 12 desses agentes, os quais foram excluídos do corpus, a fim de chegarmos ao conjunto pretendido: o dos economistas-colunistas-escritores.

² Para a compreensão da estrutura e dinâmica do mercado de opiniões, ver Meirelles, 2021, 2025.

³ A exceção foi Henrique Meirelles, que tem formação em Engenharia, mas assumiu cargos como Ministro da Fazenda e presidente do Banco Central.

Esses economistas se destacam por uma presença periódica (semanal, quinzenal ou mensal), autoral (assinam as colunas e não aparecem apenas como fontes, a serem citadas e editadas pelos jornalistas) e prestigiosa (dado o status do espaço na hierarquia das seções do jornal) na imprensa. Suas participações no debate público, portanto, não estão submetidas às seleções diretas dos jornalistas (Undurraga, 2017), com os quais eles estabelecem alianças, mas também rivalizam, ainda que indiretamente, uma vez que disputam posições e legitimidade no mercado de opiniões (Meirelles, 2021, 2025).

O artigo se baseia tanto na prosopografia dos agentes – com a coleta de dados sobre posições no campo do poder, na imprensa e no mercado editorial – quanto na análise qualitativa dos textos presentes nas quartas capas, nas orelhas e nas sinopses⁴ de todos os livros publicados pelos autores de 2000 a 2025, tendo sido encontrados 160 títulos (12 deles tiveram dois ou mais dos agentes analisados como coautores). Voltadas à atração do público, as partes selecionadas tornam-se um material de análise profícuo uma vez que ilustram de forma sintética e ao mesmo tempo elucidativa as estratégias de apresentação das obras, mas também dos próprios agentes, indicando os jogos em que estão inseridos ao oferecer indícios dos modos de construção de suas autoridades e legitimidades. Nelas, os autores têm a oportunidade de dizer “o que fazem” (Le Bart, 1998) ou de delegar tal tarefa a uma figura prestigiosa, capaz de transferir legitimidade. O chamado “paratexto” “rotula o texto, define-o, classifica-o por referência a um gênero; ele inscreve o texto em um esquema de comunicação, dizendo a uma só vez para quem e por que o texto existe, a quem ele é dirigido e como ele deve ser lido” (Le Bart, 1998, p. 77).

A análise dos textos consistiu em selecionar e comparar os trechos que enfatizavam: 1) o estilo das publicações, como as formas de embasamento (análises estatísticas, históricas, filosóficas, relatos de experiência de vida etc.) e a linguagem pretendida (acessível, erudita, técnica etc.); 2) as credenciais e as características dos autores destacadas; 3) os comentários de terceiros sobre as obras e os autores, detectando as áreas de atuação (jornalismo, política, economia etc.) dessas figuras e as clientelas pretendidas.

Na primeira parte do artigo, apresento os padrões discursivos e os relaciono com os dados prosopográficos predominantes entre os agentes analisados, destacando os investimentos na definição do “debate público” e, conseqüentemente, nos rumos do país (não exclusivamente na área econômica). Na segunda parte, traço as distinções identificadas entre os economistas-colunistas, tanto em termos posicionais quanto nos modos de legitimação de suas tomadas de posição e de suas presenças no mercado de opiniões, destacando os nomes que publicaram mais de

⁴ Para a coleta das sinopses, foram consultados principalmente o site da *Amazon* e das respectivas editoras.

10 livros. Nessa parte, as evidências empíricas possibilitaram a discussão sobre os modos de mobilização de indícios e símbolos de intelectualidade, que contribuem na circulação, legitimação e cristalização da *doxa* (Bourdieu, 1996a) econômica bem como dos economistas-colunistas como “homens de saber” e “homens de poder” (Le Bart, 1998).

A “lógica econômica” disputa o debate público

Uma análise fundamental da situação econômica do Brasil, com propostas e soluções em meio à crise que o país atravessa. O fracasso da política econômica dos governos petistas e a falência do Estado que se seguiu abriram caminho para a adoção de uma agenda liberal. A velha divisão entre a direita e a esquerda pertence ao passado. O debate hoje é entre intervencionismo e liberalismo. Este livro chega em boa hora. Ele nos traz um excelente diagnóstico da gravidade da situação que vivemos em diferentes áreas de nossa economia. Não se trata apenas de uma fotografia deste momento de crise. Ele oferece ao leitor a história das políticas públicas após a democratização, os seus erros e, em menor grau, alguns dos acertos que nos trouxeram até aqui. É uma leitura obrigatória nesta conjuntura porque, além de uma análise cuidadosa dos avanços e retrocessos das últimas décadas, aceita o desafio de propor soluções para superarmos a armadilha da renda média e para recuperar o tempo perdido⁵.

A sinopse ilustra o padrão de apresentação da maior parte das obras publicadas pelos economistas-colunistas ou pelos autores-atores (Le Bart, 1998). No texto e no título, as elaborações e ênfases são comuns (ainda que com graus de variância): 1) o agendamento dos problemas e soluções do e para o Brasil; 2) o anúncio de novas verdades, tais como “a velha divisão entre a direita e a esquerda pertence ao passado”; 3) a contraposição entre passado *versus* futuro, velho/arcaico *versus* moderno/novo; 4) a reivindicação da razão e a associação automática entre esta e a “lógica econômica”; 5) a mobilização do imperativo, seja por verbos eventualmente utilizados ou pela recorrente ênfase na “leitura obrigatória”⁶.

A maior parte das obras analisadas trata da conjuntura econômica⁷ ou da história econômica nacional, sendo que 55 livros têm no título alguma referência ao “Brasil”. Os autores se empenham, assim, em formular e reproduzir narrativas

⁵ *Apelo à razão: A reconciliação com a lógica econômica*, de Fabio Giambiagi e Rodrigo Zeidan, 2018.

⁶ Todos esses padrões foram observados por Pierre Bourdieu e Luc Boltanski, no texto de 1976, *A produção da ideologia dominante*.

⁷ Considerando que o artigo enfatiza os economistas que escrevem nos principais jornais generalistas, não é inesperado que a conjuntura seja a questão priorizada pela maioria dos nomes, demonstrando uma influência mútua entre as colunas e os livros.

sobre o país, colocando-se como intérpretes privilegiados do que seriam as nossas mazelas, suas causas e, mais ainda, as chaves para solucioná-las. Mais ou menos abrangentes, as obras se dedicam a estudar temas como: o “desenvolvimento no Brasil”, o “crescimento econômico do Brasil”, o “conflito fiscal-monetário no Brasil”, a “inflação no Brasil”, a “agricultura e a indústria no Brasil”, “o problema do café no Brasil”, “a previdência social no Brasil”, a “securitização no Brasil”, as “políticas públicas no Brasil”, a “educação brasileira” etc.

Lidos coletivamente, os paratextos deixam entrever o imaginário modernizador presente entre os economistas-colunistas: “este livro ora entregue ao público brinda o leitor atento com as 200 melhores frases de um frasista emérito, das mais luminosas inteligências da história pátria e, certamente, um dos construtores do Brasil moderno e democrático”⁸. Essa dimensão também se expressa nas menções ao “futuro”, inclusive nos títulos das obras: *Erros do passado, soluções para o futuro: A herança das políticas econômicas brasileiras do século XX*, de Affonso Celso Pastore; *O futuro de um país sem ciência*, de Cláudio de Moura Castro; *A reforma inacabada: o futuro da previdência social no Brasil*, de Fabio Giambiagi e Paulo Tafner; *O futuro do Brasil*, organizado por Fabio Giambiagi; *Por que o Brasil cresce pouco? desigualdade, democracia e baixo crescimento no país do futuro*, de Marcos Mendes; *O futuro da indústria no Brasil: desindustrialização em debate*, de Monica de Bolle; *Uma certa ideia de Brasil: entre passado e futuro*, de Pedro Malan. Nesses livros, o porvir é debatido e disputado, uma vez que os autores se empenham em defender reformas, ajustes econômicos e mudanças nas formas de condução econômica, buscando dar respostas para mudanças demográficas, tecnológicas, nacionais e ambientais. As mensagens trazem um tom profético, de quem tem as chaves para a sobrevivência, o bem-estar, o desenvolvimento e o enriquecimento: “Uma leitura indispensável para quem quer entender o Brasil de hoje e o que é necessário para ter um futuro promissor”⁹; “inspira líderes políticos com capacidade de articulação a enfrentar os desgastes em nome de um futuro melhor para todos”¹⁰. A ideia de reforma necessária e urgente faz parte do senso comum que se reproduz nos chamados *lugares neutros*, capazes de fazer passar por coletivos os interesses dominantes (Bourdieu; Boltanski, 1976; Pinto, 2009). As mensagens, em geral, invocam a lucidez e a coragem dos autores-atores para apontar as mudanças necessárias, as quais se vinculam, nesses discursos em geral, à adoção das mentalidades “modernizadoras” do mercado (Pinto, 2009, p. 54). Além disso, utilizam a ideia de “todos” ou de um “nós” indefinido, buscando universalizar o discurso, as problemáticas e as soluções (Bourdieu, Boltanski, 1976; Pinto, 2009).

⁸ *O Homem Mais Realista do Brasil - as Melhores Frases de Delfim Netto*, organizado por Aristóteles Drummond, 2016.

⁹ *Finanças públicas: Da contabilidade criativa ao resgate da credibilidade*, de Fabio Giambiagi e Mansueto Almeida, 2016.

¹⁰ *Tudo Sobre o Déficit Público: um Guia Sobre o Maior Desafio do País Para a Década de 2020*, de Fabio Giambiagi, 2021.

O tom dos trechos se combina ao anúncio recorrente de que a obra “desmonta impiedosamente os mitos”¹¹ e opõe-se ao “debate raso, dissociado dos fatos, prisioneiro dos dogmas”¹². Assim, busca-se afirmar o realismo, frisando a conexão com os fatos, dados, estatísticas: “Os dados são subsídios para um debate crítico e racional”¹³; “Fundamentado em testes de hipóteses, e não na busca de fatos isolados que deem suporte a narrativas atraentes”¹⁴. O argumento “técnico” – que aciona o cálculo, a matematização e a orientação científica – sustenta a crença sobre o caráter estritamente racional e cristaliza o lugar “neutro-universal” da Ciência Econômica, de modo a fazer com que as escolhas políticas sejam lidas como fruto de análises e decisões técnicas (Klüger, 2015, p. 93). A oposição entre supostos dogmáticos e reprodutores de mitos *versus* técnicos racionais, cientificamente embasados, contribui por reproduzir a *doxa* econômica, expressa nesse caso pelo receituário de ajuste fiscal e redução do gasto público.

Mas se a afirmação técnica dos autores contribui para legitimá-los em certo sentido, em outro, eles precisam escapar da pecha de “tecnocratas” ou intelectuais fechados aos “muros da academia”, destacando suas capacidades de traduzir para os não iniciados os preceitos e lógicas da economia. Como agentes híbridos, que investem também no mercado de opiniões (Meirelles, 2021, 2025), eles precisam associar o rigor “metodológico”, “da teoria econômica”, “do embasamento histórico e técnico”, “necessário às boas práticas estatísticas” a uma pretensa acessibilidade, investindo na ampliação de seus alcances: “Uma leitura fácil, ainda que profunda, que certamente provocará boas reflexões”¹⁵; “É texto de digestão fácil que, no entanto, não faz nenhuma concessão ao comodismo mental”¹⁶.

No mercado de opiniões, os economistas-colunistas adotam modalidades de prática caracterizadas justamente pelas interlocuções com o campo do poder e pela reivindicação da técnica e da expertise (Meirelles, 2021, 2025). Diferenciam-se, em geral, de alguns colunistas da área de filosofia e ciências sociais, que se ancoram sobretudo nas atividades propriamente acadêmicas, buscam se afastar das posições de poder e reivindicam o senso crítico, o conhecimento histórico e filosófico. Esses últimos se aproximam do modelo de “intelectual público” consolidado historicamente no Brasil (Pinheiro, 2011; Meirelles, 2021, 2025). Os economistas também se distinguem de colunistas-jornalistas, que fundam suas legitimidades nas carreiras

¹¹ *Brasil – raízes do atraso: paternalismo versus produtividade*, de Fabio Giambiagi, 2017.

¹² *Lições amargas – uma história provisória da atualidade*, de Gustavo Franco, 2021.

¹³ *A Reforma Inacabada: o Futuro da Previdência Social no Brasil*, de Fabio Giambiagi e Paulo Tafner, 2024.

¹⁴ *Erros do passado, soluções para o futuro: A herança das políticas econômicas brasileiras do século XX*, de Affonso Celso Pastore, 2021.

¹⁵ *Complacência – entenda por que o Brasil cresce menos do que pode*, de Alexandre Schwartzman e Fabio Giambiagi, 2014.

¹⁶ *Brasil – raízes do atraso: paternalismo versus produtividade*, de Fabio Giambiagi, 2017.

e no reconhecimento interno ao jornalismo, tendo na coluna sua principal atividade profissional; e de colunistas-polemistas e militantes, que dependem sobretudo de seguidores nas redes sociais, venda de livros e audiências em canais de televisão e rádio (Meirelles, 2021, 2025).

De maneira geral, os economistas-colunistas-escritores formaram-se em universidades de prestígio – como USP, UFRJ, UnB, UFMG, FGV e PUC-RJ –, sobretudo entre a década de 1950 e 1980 (21 dos agentes estudados). Doze se graduaram nos anos 1990 e 2000. A maioria tem doutorado em instituições dos Estados Unidos e Europa (16), e um quarto, na USP. Três dos agentes têm apenas mestrado e três somente MBA em finanças. Os agentes caracterizam-se por experiências de docência (a maioria passou por faculdades privadas, principalmente FGV e PUC-RJ, e alguns lecionaram em universidades públicas); atuação em cargos políticos e instituições financeiras (como Banco Central, BNDES, Banco Mundial, BID e FMI, sendo que alguns foram Ministros ou presidentes do Banco Central e BNDES). Quase metade dos agentes trabalhou também em bancos privados. Há figuras que atuam como colunistas há mais de dez anos nos jornais estudados e alguns nomes que tiveram colunas por períodos de um a três anos. Nas redes sociais, os economistas-colunistas são em geral pouco atuantes. Já no mercado editorial, a maioria publicou até três livros; e a minoria publicou entre 4 e 9 ou mais de 10 livros. Além disso, 13 autores foram finalistas ou receberam o prêmio Jabuti, principalmente nas categorias ligadas à economia, administração e negócios. Os dados confirmam as carreiras modelos entre os economistas e as elites, marcadas pela multiposicionalidade (Boltanski, 1973; Klüger, 2017; Perissinotto *et al.*, 2017; Olivieri, 2017). Também demonstram como a construção da autoridade de legislar sobre questões do mundo social se embasa nos vínculos com o campo do poder – os quais não são ocultados dos paratextos dos livros, mas sim exaltados – assim como nas credenciais acadêmicas e intelectuais. Embora mantenham um conjunto de afinidades que os distanciam de outros modelos de intervenção pública, entre esses economistas-colunistas, também se observam diferenças de investimentos e pretensões vinculadas às suas posições, havendo inclusive agentes que adotam mais a postura de polemista e/ou militante do que a de expert.

Do prático ao erudito: distinções e reconhecimento

O conjunto de livros escritos pelos economistas-colunistas expressa também um processo de diversificação nas instâncias do mercado de opiniões, ou seja, na universidade, na imprensa e no mercado editorial (Meirelles, 2021, 2025); assim como no mercado financeiro (Grün, 2015). Embora a conjuntura econômica seja o tema principal, há desde autores que também se arriscam em obras sobre a his-

tória econômica e as relações entre economia e filosofia ou literatura, até aqueles que se encarregam das dicas de finanças, investimentos e carreira para empresas e pessoas físicas. Há livros mais voltados para a discussão de políticas públicas gerais, sobretudo da área de educação, a partir do olhar dos economistas; como também aqueles dedicados a defender posições ideológicas mais diretas, como o liberalismo, o conservadorismo, a privatização e o próprio capitalismo. Além disso, há homenagens a economistas renomados, memórias biográficas, antologias e ficção. Algumas publicações são compilações de artigos acadêmicos organizados pelos economistas-colunistas e outras são uma reunião de colunas publicadas na imprensa. Quanto maior o nível de abstração das temáticas, maior a tendência de os autores ocuparem posições de maior prestígio tanto no mercado de opiniões quanto no próprio espaço dos economistas. Por outro lado, os livros voltados à solução de problemas práticos, sobretudo de empresas e pessoas, vinculam-se, em geral, a posições menos dotadas de capital.

Assim, embora o jogo duplo, entre o acessível e o técnico, seja típico dos agentes em geral, os livros mais voltados a empresas e pessoas físicas – cujo enfoque recai sobre as finanças empresariais, a tradução de temas econômicos para pessoas comuns, as dicas em termos de empreendimento e finanças – são aqueles em que a ênfase na acessibilidade é ainda mais demarcada. Aqui, os livros se pretendem manuais de ação e os autores reforçam principalmente suas habilidades práticas, suas ancoragens no mundo concreto, suas aptidões para lidar com os problemas cotidianos, suas receitas de solução, suas experiências mundanas, seus distanciamentos em relação às abstrações e linguagens cifradas (ver Tabela 1).

Tabela 1: Exemplos de livros que destacam a facilidade e a acessibilidade da obra.

Autor	Título	Trechos dos paratextos
Alexandre Schwartsman	Economia no cotidiano: Decifra-me ou te devoro	“São textos curtos, a linguagem não é nada técnica, e o objetivo é que o leitor, ao final de cada capítulo, possa se sentir à vontade para compreender de que forma a economia afeta seu dia a dia, e não como uma conversa esotérica de especialistas para especialistas.”
Cláudio de Moura Castro	Você sabe estudar? Quem sabe, estuda menos e aprende mais	“Nova edição do livro que mostrou a milhares de leitores como aprender de forma mais eficaz — inteiramente revisada, atualizada e ampliada!”

Autor	Título	Trechos dos paratextos
Fabio Giambiagi e Arlete Nese	Fundamentos da Previdência complementar - da administração à gestão de investimentos	“O guia para compreensão da previdência complementar. Arlete Nese e Fabio Giambiagi relatam, de modo profundo e didático, como a Previdência Social nasceu no Brasil e no mundo, bem como a evolução e as formas de financiamento dos regimes de aposentadoria. (...) Para quem quer se precaver por conta própria, os autores apresentam os produtos de previdência e seguro existentes no mercado e as vantagens tributárias de cada um deles. Este livro auxilia na compreensão do tema da Previdência e deixa claro que é sempre necessário fazer algum sacrifício no presente para garantir a sobrevivência no futuro.”
Roberto Macedo	Economania: 104 dicas de educação financeira para a prosperidade pessoal, familiar e do Brasil	“É um livro fundamental, provavelmente o mais completo, dados os muitos assuntos de que trata, ligados à análise de uma das escolhas mais importantes de nossas vidas: as voltadas para poupar e investir com rentabilidade.”
Rodrigo Constantino	Economia do indivíduo? O legado da escola austríaca	“O objetivo deste livro é tentar compartilhar com o leitor a sabedoria dos “austríacos” e suas principais lições – tudo através do filtro do autor, naturalmente. Esta obra serve de introdução aos pensamentos da Escola Austríaca, tão ignorada nos debates econômicos desse país. (...) O “economês” foi evitado sempre que possível, e o público-alvo desse livro é, sem dúvida, mais abrangente que somente economistas. Trata-se, afinal, de uma ampla defesa da liberdade individual, tão ameaçada atualmente.”
Rodrigo Zeidan	Vida de rico sem patrimônio	“Vida de rico sem patrimônio é um livro para aqueles que querem usar o dinheiro como um meio de conquistar uma boa vida, em vez de viverem a serviço da acumulação patrimonial. Na prática, isso significa abandonar várias regras sagradas embebidas na cultura patrimonialista brasileira. O Brasil mudou, mas as pessoas não. Ainda queremos segurança a qualquer custo, ficamos com medo de perder o emprego, não sabemos o valor do dinheiro do tempo e nem como montar uma estratégia de longo prazo. O livro propõe um modelo mental de finanças pessoais moderno e bastante simples: o que importam são fluxos, não estoques. O patrimônio é irrelevante se não gerar fluxos, tanto para um indivíduo quanto para uma empresa. Além disso, o fundamental na tomada de decisão são as expectativas, e as decisões passadas não devem influenciar decisões futuras. Desse modo, o futuro passa a ser considerado como oportunidade e não apenas como risco. ”

Autor	Título	Trechos dos paratextos
Samy Dana e Fabio Souza	Como passar de devedor para investidor: um guia de finanças pessoais	“Está devendo para o banco ou cartão de crédito? Tem alguma outra dívida que não consegue terminar de pagar, mesmo tendo rendimentos mensais? (...) Este livro foi escrito para pessoas de todas as idades que responderiam “sim” a uma ou mais dessas perguntas. Trata-se de um método simples, com sucesso comprovado, para melhorar a administração de suas finanças pessoais. Seguindo as orientações deste livro, em pouco tempo você passará de devedor para investidor.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Com promessas de soluções rápidas, fáceis, ao alcance de todos, os autores dos livros de dicas financeiras e econômicas para leigos difundem posicionamentos ideológicos, modos de conduta de vida, valores e tomadas de posição, de maneira mais ou menos disfarçada por expressões neutralizadoras, como “guia”, “dica”, “manual”.

Dos nomes citados na Tabela 1, quatro são os que mais lançaram livros depois dos anos 2000 entre os agentes estudados. Fabio Giambiagi, autor do maior número de publicações (mais de 30), investe arduamente no mercado editorial, organizando coletâneas de artigos sobre temas diversos no âmbito da economia (finanças públicas, déficit público, reformas, previdência, distribuição de renda, demografia, produtividade, educação etc.), compilando artigos de imprensa, formando parcerias de coautoria com outros economistas, convidando políticos e jornalistas para escrever orelhas, contracapas e prefácios. Seus livros destacam-se por ter como objetivo principal pautar o debate público, convencer o leitor, buscando atingir economistas, tomadores de decisão, mas também leigos. A diversidade de suas publicações acaba por abarcar, como no exemplo citado, também os guias práticos para empresas e pessoas físicas. Economista concursado do BNDES, ele já passou pela docência e por cargos políticos, mas dedica seu tempo extra sobretudo à participação nos “grandes debates”. Integrou o conselho consultivo de Reforma da Previdência formado por Paulo Guedes, em 2018. É colunista da imprensa há mais de vinte anos, tendo escrito no *Valor Econômico* e mantendo atualmente coluna nos jornais *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*.

Já o economista Claudio de Moura Castro passou pela Organização Internacional do Trabalho, pelo Banco Mundial e pelo BID¹⁷. Tem uma trajetória ligada sobretudo ao campo da educação, tendo sido presidente da Capes entre 1979 e 1982,

¹⁷ Algumas pesquisas têm destacado o papel dos economistas e desses organismos internacionais – sobretudo do Banco Mundial – na definição das políticas educacionais do país, com orientação (neo) liberal (Almeida, 2008; Mello, 2012; Chiaramonte, 2023).

e atuando há muitos anos como conselheiro de organizações do terceiro setor e instituições de educação privada. Suas publicações vão desde livros com debates sobre a ciência e a educação no Brasil até dicas sobre como fazer pesquisa, apresentar trabalhos científicos e estudar. Há ainda livros sobre memórias de viagens, dicas sobre construção de móveis e sobre como salvar o planeta plantando árvores. Tornou-se colunista do *Estadão* mais recentemente, tendo escrito na *Veja* por muitos anos. Na *Veja*, Castro ficou conhecido por seu tom polêmico e por “apologias” ao setor privado na educação, tendo sido um dos defensores da “tese do elitismo econômico dos alunos das universidades públicas” (Mello, 2012, p. 310).

Samy Dana, formado pela FAAP e doutor pela FGV, não teve cargos na burocracia estatal e sua carreira se dividiu entre a docência em faculdades privadas, a atuação em bancos privados e os altos investimentos midiáticos. O economista foi comentarista de diversos veículos das *Organizações Globo* e da *Folha* assim como da *Jovem Pan*. Escreve e comenta, tanto na imprensa quanto no mercado editorial, sobre finanças pessoais e empresariais, dando dicas para seus leitores. Por fim, Rodrigo Constantino é economista pela PUC-Rio, com MBA em Finanças pelo Ibmecc. Teve experiência em bancos privados, inclusive como funcionário do ex-ministro da Economia no governo de Jair Bolsonaro, Paulo Guedes. Dedica-se intensamente ao debate midiático. Desde quando iniciou a coluna no jornal *O Globo*, passou por diversos veículos de comunicação, com destaque para a *Jovem Pan*, radicalizando cada vez mais seu discurso. Teve forte atuação nas redes sociais, a ponto de ter tido seus perfis bloqueados pelo STF no inquérito das *Fake News*. Como militante liberal-conservador e polemista de extrema direita, suas publicações miram as disputas ideológicas mais diretas e operam no sentido de difundir as ideias ultraliberais e conservadoras, figurando como um “guerreiro da liberdade” – tal como se apresenta no título de seu livro autobiográfico, *Rodrigo Constantino: Autobiografia de um guerreiro da liberdade*. Constantino publicou mais de dez livros e foi *best-seller*.

Desses nomes, distinguem-se aqueles que reforçam as representações de eruditos e “homens de saber”. A fuga dos tecnicismos, dessa vez, se dá em nome da cultura e da civilização, da preocupação com as questões mais universais e nobres, da distinção em relação ao mais ordinário das práticas, da afirmação de mentes brilhantes e sofisticadas, do culto ao prazer e ao deleite estéticos, do cuidado com o estilo e a forma.

Tabela 2: Exemplos de livros que destacam a erudição do autor e da obra.

Autor	Título	Trechos dos paratextos
Affonso Celso Pastore	Caminhos e descaminhos da estabilização: Uma análise do conflito fiscal-monetário no Brasil	<p>“Caminhos e descaminhos da estabilização é um trabalho que, de muitas maneiras, sintetiza a vida e a obra de Affonso Celso Pastore (1939-2024).”</p> <p>“Uma obra de arte. Não é fácil combinar experiência prática e anos no debate público com conhecimento científico e acadêmico num livro que nos transporta através de décadas de história e políticas econômicas, colhendo lições que servem para olharmos o futuro de outra forma.”</p> <p>Ilan Goldfajn</p>
Eduardo Gianetti	Felicidade	<p>“A forma do novo livro de Eduardo Giannetti casa-se perfeitamente aos propósitos do autor. Não se trata de defender um ponto de vista, mas de colocar determinadas questões em relevo – questões fundamentais, mas frequentemente esquecidas pelos cadernos de economia. O fio condutor é o Iluminismo – e suas promessas de felicidade –, que traria o progresso nas ciências e nas artes, permitindo aos homens exercer um amplo domínio sobre a natureza. (...) Para discutir esses temas, Giannetti faz uso de uma bibliografia variada e extensa, transposta na forma de um diálogo leve e fluente. Assim como os demais livros do autor, <i>Felicidade</i> é uma obra que transita nos limites entre o discurso econômico e a reflexão filosófica, sem fazer uso do jargão técnico de nenhum dos dois domínios.”</p>
Eduardo Gianetti	Trópicos Utópicos	<p>“Este é um dos mais belos livros escritos sobre o Brasil que já li. E nem é propriamente um livro sobre o Brasil. Os aforismos (ou, como prefere o autor, as seções) de que ele se compõe exibem uma mente clara usando com carinho a língua para dar conta do estar no mundo neste começo de século. (...) E a responsabilidade do Brasil perante a oportunidade que representa sua condição peculiar é reconhecida com sensato realismo. Nenhum outro tom seria mais contundente. Giannetti, cujos livros, desde <i>Vícios privados, benefícios públicos?</i> (em que a ênfase cai sobre a interrogação), os brasileiros politizados deveriam ler antes de qualificá-lo como pertencente à malta “neoliberal”, chega aqui ao ápice de seu pensamento, um pensamento pacientemente desenvolvido. É uma redescoberta do Brasil que aguç a cabeça e comove o coração.”</p> <p>Caetano Veloso</p>

Autor	Título	Trechos dos paratextos
Gustavo Franco	A economia em Machado de Assis: o olhar oblíquo do acionista	<p>“A economia em Machado de Assis é, assim, um privilégio historiográfico, a chance de visitar o passado brasileiro, em um momento rico e tumultuado, com a companhia de um dos grandes escritores da literatura mundial e um dos mais brilhantes economistas do país.”</p> <p>“Franco volta a surpreender. Escrevendo sobre o ‘olhar oblíquo do acionista’, o autor demonstra possuir um olhar tão oblíquo quanto o do bruxo do Cosme Velho, pois conseguiu descobrir em várias crônicas de Machado de Assis um leitmotiv que escapou a críticos literários dotados de visão mais retilínea. ... O livro é um deleite, e um deleite duplo. É bem escrito, bem argumentado, e abre trilhas para uma nova compreensão de Machado de Assis.”</p> <p>Sergio Paulo Rouanet</p>
Gustavo Franco	A economia em Pessoa	<p>“Neste livro, um poeta escreve sobre economia, e um economista sobre o poeta. A menor das surpresas é que o primeiro se revela um arguto analista econômico, e o segundo, um fino comentador literário.”</p> <p>Alberto da Costa e Silva</p> <p>“Esse livro mostra uma faceta pouco conhecida de Fernando Pessoa, ao reunir textos raros desse grande poeta da língua portuguesa sobre economia e administração. Organizado e comentado pelo economista e ex-presidente do Banco Central Gustavo H.B. Franco, <i>A economia em Pessoa</i> é uma iluminada aula de economia, no estilo de um cânone da literatura mundial.”</p>
Marcos Lisboa e Samuel Pessoa	O valor das ideias: debate em tempos turbulentos	<p>“Neste elogio ao debate civilizado em tempos de comunicação truculenta; discussão plural e de alto nível sobre os rumos da esquerda; é um exemplo singular de debate respeitoso em tempos de polarização.”</p> <p>“Este livro é um sonho de consumo intelectual. O que mais falta no universo acadêmico brasileiro é debate sério. Ou seja, entre pessoas qualificadas, com argumentos bons, divergindo, mas se respeitando. Pois é o que temos aqui.”</p> <p>Renato Janine Ribeiro</p>
Pedro Malan	Uma certa ideia de Brasil: Entre passado e futuro	<p>“Esta coletânea permitirá avaliar a contribuição de Pedro Malan como intelectual público. Quem o conhece apenas como economista e funcionário de Estado verificará nesta seleção de artigos mensais a amplitude de sua cultura, assim como sua sensibilidade à conjuntura.”</p> <p>Fernando Henrique Cardoso</p>

Fonte: Elaborada pela autora.

Os distintivos culturais operam na diferenciação em relação ao conjunto de economistas que atuam na vida pública, sobretudo aqueles mais voltados à execução e não investidos nos debates intelectuais e/ou midiáticos. Mas também demarcam as ambições culturais, intelectuais e políticas distintas em relação à maioria dos economistas presentes no próprio mercado de opiniões. Como Le Bart, em sua pesquisa sobre os políticos-escritores, afirmou:

Aventurando-se em um mundo que não é o deles, sob o risco de parecerem (...) usurpadores, esses homens políticos [que se colocam como eruditos e homens do saber] buscam administrar a prova de suas capacidades de rivalizar com autores prestigiosos e reconhecidos. Nesse sentido, as estratégias de quase saída do campo político são evidentemente muito políticas (Le Bart, 1998, p. 86).

Ao escreverem para além de seus *métiers*, alguns desses economistas-colunistas tentam se valer dos “lucros distintivos” que possam ser usados no espaço dos economistas, no campo político e no mercado de opiniões (Ibid.; Meirelles, 2021, 2025). As abstrações, a cultura, o deleite e o estilo contribuem para a eficácia simbólica de suas ideias, não estando, porém, a serviço do “interesse pelo desinteresse” (Bourdieu, 1996b; Bourdieu, 2015), mas sim da própria difusão da *doxa* econômica, como os trechos deixam entrever. Mesmo quando mobilizam a literatura e a filosofia, o fazem no sentido de dar um verniz e buscar um reconhecimento cultural e moral às suas tomadas de posição.

Entre os autores apresentados na Tabela 2, dois deles estão entre os que publicaram mais de 10 livros do conjunto total de economistas-colunistas analisados: Eduardo Gianetti e Gustavo Franco. Este último foi presidente do Banco Central e compôs a equipe de elaboração do Plano Real. Esteve por muito tempo ligado ao PSDB e contribuiu com o Partido Novo, além de ter participado da formação do Instituto Millenium. Com graduação pela PUC-Rio nos anos 1970, doutorado em Harvard e docência também na PUC-Rio, Franco destacou-se academicamente, tendo recebido o primeiro lugar no prêmio BNDES de melhor dissertação, em 1983. Nos anos 2000, direcionou-se ao setor privado, tendo fundado com outros sócios a *Rio Bravo consultoria*, instituição financeira que atua no mercado de capitais e está, atualmente, associada ao conglomerado chinês Fosun. Desde os anos 1980, Franco transita e colabora com os principais jornais do país, mantendo, há mais de dez anos, coluna fixa nos jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Entre suas publicações editoriais, há obras de macroeconomia, coletâneas de artigos da imprensa e compilados de artigos técnicos ou acadêmicos, antologias, livros para estudantes de economia, além de obras sobre a relação entre literatura/arte e economia.

Eduardo Gianetti divide com Gustavo Franco as ambições intelectuais mais expressivas do conjunto total de autores-atores estudados. Seus livros abordam a

economia de um ponto de vista mais existencial, refletindo sobre problemas filosóficos a partir do olhar de economista. Gianetti também teve uma formação de elite, graduando-se em Economia e Ciências Sociais pela USP, nos anos 1970, e tendo realizado o doutorado na Universidade de Cambridge. Ele foi professor da USP e, após a aposentadoria, lecionou no Ibmec e Insper. É membro da Academia Brasileira de Letras. Em 2018, foi colaborador do programa de governo de Marina Silva. Franco e Gianetti se destacam por fazerem parte do rol de economistas entrevistados para o livro *Conversas com Economistas Brasileiros* e por terem ganhado o prêmio Jabuti. Também Affonso Celso Pastore, Marcos Lisboa, Samuel Pessoa e Pedro Malan, citados na Tabela 2, tiveram trajetórias de prestígio, com formações de elite, experiências políticas importantes, indicações ou premiações como o Jabuti e longas inserções na imprensa.

Assim como os excertos selecionados nas tabelas acima, as credenciais institucionais acionadas nos paratextos como forma de asseverar o lugar de autoridade dos assuntos evidenciam distinções no espaço.

Observador privilegiado da realidade política e econômica brasileira, Pedro Malan participou da elaboração, lançamento e implementação do Plano Real e atuou como ministro da Fazenda durante o governo Fernando Henrique Cardoso. Por meio dos artigos publicados na coluna que assina desde 2003 no jornal *O Estado de S. Paulo*, ele parte de sua trajetória profissional e da sólida formação intelectual para analisar de maneira única o cenário político e econômico do país nos últimos 15 anos¹⁸.

Do polêmico autor do *best-seller* *Esquerda caviar* Rodrigo Constantino é um livre-pensador, debatedor incansável, defensor incondicional das liberdades individuais e dos valores republicanos¹⁹.

Enquanto alguns chamam a atenção para a participação em determinados eventos políticos importantes (como o Plano Real) e lembram a atuação na imprensa, outros enfatizam o fato de serem *best-sellers*; as credenciais acadêmicas prestigiosas tendem a ser ressaltadas nos paratextos, enquanto a defesa de determinadas ideologias é mobilizada nos casos em que a figura opera mais como polemista e/ou militante do que como expert. As seleções se baseiam tanto nos distintivos das trajetórias dos agentes quanto nos públicos para os quais os livros são direcionados. A posição dos economistas-escritores circunscreve as possibilidades de perfis de leitores: os mais dominados escrevem sobretudo para o público em geral; apenas aqueles com maior capital acadêmico, intelectual e político podem se direcionar aos

¹⁸ *Uma certa ideia de Brasil: Entre passado e futuro*, de Pedro Malan, 2018.

¹⁹ *Contra a maré vermelha: Um liberal sem medo de patrulha*, de Rodrigo Constantino, 2015.

mais dominantes, como pares, políticos e tomadores de decisão; mas, entre esses últimos, há também aqueles que buscam conquistar “corações e mentes”, oscilando com menos entraves entre as diferentes clientelas. Essas podem ser observadas pelos nomes que assinam os prefácios, orelhas e quartas capas dos livros. Nessas páginas, circulam economistas, políticos, jornalistas, agentes do campo cultural, demonstrando os múltiplos jogos em que estão envolvidos:

O livro que tem prefácio de Fernando Henrique Cardoso, orelha de Pedro Malan e quarta capa de Miriam Leitão reúne ensaios que traçam o painel das mudanças político-econômicas dos dois mandatos de FHC e sugerem táticas para que o Governo Lula consiga cumprir a promessa de transformar o Brasil num país economicamente saudável e socialmente mais justo. Uma leitura indispensável tanto para quem lida diretamente com o assunto como para aqueles que querem compreender melhor o país em que vivem²⁰.

Uma das grandes escolhas que eu fiz quando assumi a Presidência da República foi trazer o Henrique Meirelles para cuidar da área econômica. [...] Meirelles é um bom ouvinte. Embora seja um técnico, tinha uma postura política. Muitas vezes, o técnico não gosta de ouvir a classe política, mas ele ouvia – Michel Temer, ex-presidente do Brasil (2016-2019)²¹.

Por conta do ofício, o jornalista transita por uma gama variada de temas. Para compreender cada um deles a ponto de informar com propriedade, ele recorre a quem se dedica a um assunto pela vida inteira: o especialista. (...) Ouvir quem domina um tema é um prazer, que se duplica quando a pessoa tem a capacidade de comunicar o que sabe de maneira acessível. Assim é com Giambiagi. Estudioso das finanças públicas há mais de três décadas, ele sempre demonstrou disposição para dialogar e convencer pelo argumento – Renata Lo Prete²².

Enquanto os pares operam na legitimação técnica, especializada, os políticos contribuem na afirmação de tais nomes como agentes aptos ao jogo político, buscando romper com a imagem de meros tecnocratas. Os políticos aparecem como “ex-chefes”, ou seja, presidentes em cujos governos os economistas trabalharam, atestando a competência política dos elogiados, mas também, indiretamente, a qualidade de “funcionário” e, portanto, o lugar relativamente subordinado. Figuras como Fernando Henrique Cardoso, político admirado entre os economistas-colunistas

²⁰ *Reformas no Brasil — balanço e agenda*, de Fabio Giambiagi, José Guilherme Reis e André Urani, 2004.

²¹ *Calma sob pressão: O que aprendi comandando o Banco de Boston, o Banco Central e o Ministério da Fazenda*, Henrique Meirelles, 2024.

²² *Tudo sobre o déficit público: um guia sobre o maior desafio do país para a década de 2020*, de Fabio Giambiagi, 2021.

(Meirelles, 2021) e intelectual renomado, assevera o lugar dos agentes como “pensadores do Brasil”; assim como artistas, críticos e intelectuais contribuem para a legitimação cultural. Já os jornalistas ratificam as habilidades que tais nomes têm para o debate público, legitimando-os enquanto interlocutores cotidianos dos que trabalham na imprensa. Os discursos vão produzindo uma legitimidade coletiva, ancorada tanto nos padrões compartilhados quanto nas distinções ligadas às diferenciações do espaço, pois como afirmaram Bourdieu e Boltanski, “o ponto de honra liberal alimenta-se dessa diversidade na unidade” (1976, tradução nossa).

Considerações finais

Entre os economistas-colunistas-escritores, a escrita vale, direta ou indiretamente, como suporte da ação – seja quando busca orientar a prática cotidiana, a conduta de vida dos agentes sociais; seja quando pretende intervir diretamente no debate público e construir consensos em torno dos projetos políticos defendidos; seja quando se afasta dos interesses políticos mais imediatos, contribuindo na desconstrução da imagem do economista como mero agente de execução, restrito às tomadas de decisão cotidianas e à resolução das demandas externas (Le Bart, 1998, 80). Nesse último caso, a partir das posições que ocupam, os autores-atores constroem estratégias para se legitimarem enquanto “pensadores” ou, mais especificamente, “intelectuais públicos”.

Engajados na difusão de fórmulas de resolução de problemas cotidianos ou dedicando-se às questões “mais elevadas” da alma humana, as publicações atuam, de forma consciente ou semiconsciente, na sedimentação de propostas políticas – predominantemente, no corpus analisado, de vieses liberais, neoliberais ou ultraliberais –, na circulação da *doxa* econômica, na legitimação coletiva dos economistas, mas também na cristalização de um conjunto de valores e modos de conduta de vida (Weber, 2004). A divisão do trabalho ideológico, observada no artigo, contribui para a própria eficácia simbólica das lógicas dominantes difundidas (Bourdieu; Boltanski, 1976).

O jogo múltiplo, típico desse universo, atua também no sentido de desvincular a pretensão intelectual da questão histórica da autonomia (Bourdieu, 1996b; Bourdieu, 2015), naturalizando as fronteiras fluidas entre lógicas distintas e a figuração do “homem de poder” como “homem de saber”. Como agentes que disputam, não apenas as posições de decisão, mas também as interpretações legítimas, eles oscilam entre a ostentação da técnica – na reivindicação de um conhecimento esotérico, exclusivo dos iniciados – e, de um lado, a capacidade para traduzi-la aos não iniciados ou, de outro, a sensibilidade e a erudição para não se restringirem a ela. Tentam, assim, desconstruir a imagem de “tecnocratas” – movimento necessá-

rio para as disputas do mercado de opiniões –, sem deixar de se afirmarem como detentores de uma posição privilegiada para análise do mundo social, justamente por incorporarem os atributos da técnica.

Por fim, a pesquisa suscitou novas questões a serem desenvolvidas futuramente, como em relação às estratégias de transferência de capital simbólico entre os economistas-escritores e os autores de orelhas, prefácios e comentários de contracapa. As pesquisas na área destacam as relações mais frequentemente observadas no espaço dos economistas, ou seja, aquelas estabelecidas entre eles e jornalistas ou políticos. O material levantado, porém, chamou a atenção pela presença – minoritária, mas sociologicamente significativa – de alianças com figuras investidas na produção artística. Aliás, o engajamento desses agentes em atividades e instituições culturais/intelectuais assim como em gêneros e produções aparentemente mais arriscados editorialmente é uma questão ainda pouco esmiuçada e que pode revelar lutas e transformações nos espaços de produção simbólica.

Agradecimentos: Esta pesquisa recebeu financiamento da Pró-reitoria de Pesquisa da UNESP, contando com uma bolsista de treinamento técnico, que auxiliou no trabalho de coleta dos dados da pesquisa. Agradeço à discente e bolsista Linda Alves Oliveira Moreira da Silva pelo excelente trabalho e à UNESP pelo financiamento.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves. “Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática”. In: ABREU, Alzira Alves; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. **Mídia e Política no Brasil – Jornalismo e Ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003, p. 13-74.

ALMEIDA, Ana Maria F. O assalto à educação pelos economistas. **Tempo Social**, v. 20, n. 1, p. 163-178, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Linguísticas**: o que falar quer dizer. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996a.

BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996b.

BOURDIEU, Pierre; BOLTANSKI, Luc. La production de l'idéologie dominante. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 2, n. 2-3, juin 1976.

BOLTANSKI, Luc. L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe. **Revue française de sociologie**, 1973.

CHIARAMONTE, Aline. **Jornalismo de educação: instâncias de consagração e estratégias e uma elite profissional**. Tese de Doutorado, São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, USP, 2023.

DEZALAY, Yves; GARTH, Bryant. A dolarização do conhecimento técnico-profissional e do Estado: processos transnacionais e questões de legitimação na transformação do Estado, 1960-2000. **RBCS**, v. 15, n. 43, jun. 2000.

DUVAL, Julien. **Critique de la Raison Journalistique**. Paris : Éd. Le Seuil, 2004.

EYAL, Gil; BUCHHOLZ, Larissa. From sociology of intellectuals to the sociology of interventions. **Annual Review of Sociology**, n.36, pp.117-137, 2010.

GRÜN, Roberto. A dominação, a doxa e o neoliberalismo: A revanche do baixo clero e a pista das homologias sociais. In: ANPOCS, 39, 2015. **Anais eletrônicos...** Caxambu: ANPOCS. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/39-encontro-anual-da-anpocs/gt/gt13/9565-a-dominacao-a-doxa-e-o-neoliberalismo-a-revanche-do-baixo-clero-e-a-pista-das-homologias-sociais?path=39-encontro-anual-da-anpocs/gt/gt13>>. Acesso: 10 jun. 2020.

KLÜGER, Elisa. A contraposição das noções de técnica e política nos discursos de uma elite burocrática. **Revista Sociologia e Política**, v. 23, n. 55, p. 75-96, set. 2015.

KLÜGER, Elisa. **Meritocracia de laços: gênese e reconfigurações do espaço dos economistas no Brasil**. 2017. 855 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

JARDIM, Maria Chaves; MOURA, Paulo José de Carvalho. Entre a ortodoxia e a heterodoxia: disputa simbólica nos governos petistas (Lula e Dilma) para a imposição da doxa econômica. **Revista Novos Rumos Sociológicos**, v. 9, n. 16, p. 52-80, ago.-dez. 2021.

LE BART, Christian. L'écriture comme modalité d'exercice du métier politique. In: **Revue française de science politique**, 48, n.1, p. 76-96, 1998.

LOUREIRO, Maria Rita. **Os Economistas no Governo**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1997.

MARCHETTI, Dominique. Subfields of Specialized Journalism. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Polity Press, 2005.

MEIRELLES, Allana. **Mercado de Opinião Política**. São Paulo: Edusp, 2025.

MEIRELLES, Allana. **Opiniões à venda: oposições políticas e divisão do trabalho intelectual na mídia**. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH-USP, 2021.

MEIRELLES, Allana; CHIARAMONTE, Aline. Os economistas-colunistas no debate sobre as reformas no Brasil. **Estudos de Sociologia**, v. 24, p. 137-170, 2020.

MELLO, Hivy Damasio Araújo. **O Banco Mundial e a educação no Brasil**: convergências em torno de uma agenda global, 2012. 435p. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

NEIBURG, Federico. Economistas e culturas econômicas no Brasil e na Argentina: notas para uma comparação a propósito das heterodoxias. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 2, nov. 2004.

OLIVIERI, Cecília. Política, burocracia e redes sociais: as nomeações para o alto escalão do Banco Central do Brasil. **Revista de Sociologia e Política**, v. 29, p. 147-168, 2007.

PEDROSO, Antonio. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros: gerações, origem social e dinâmica profissional. **Repocs**, v.12, n.23, p. 133-152, jan./jun. 2015.

PERISSINOTTO, Renato *et al.* Redes sociais e recrutamento: o caso dos diretores e presidentes do Banco Central do Brasil (1994-2016). **Tempo Social**, v. 29, n. 3, p. 61-82, 2017.

PERISSINOTTO, Renato *et al.* A elite dos colunistas de economia como comunidade epistêmica: uma análise de redes (2019-2021). **Estudos Históricos Rio de Janeiro**, v. 37, n. 81, p. 1-26, 2024.

PINHEIRO FILHO, Fernando. Intelectuais: perfil de grupo e esboço de definição. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Agenda Brasileira**: temas de uma sociedade em mudança. São Paulo : Companhia das Letras, 2011. p. 268-277.

PINTO, Louis. **Le café du commerce des penseurs** : à propos de la doxa intellectuelle. Broissieux: Éditions du Croquant, 2009.

PULITI, Paula. **A Financeirização do noticiário econômico no Brasil** (1989-2002). 2009. 286 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Departamento de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SAPIRO, Gisèle. Modèles d'intervention politique des intellectuels. Le cas français. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 176-177, p. 8-31, 2009.

UNDURRAGA, Tomas. Knowledge-production in journalism: Translation, mediation and authorship in Brazil. **Sociological Review**, v. 66, n. 1, 18 abr. 2017.

UNDURRAGA, Tomas. Making News, making the economy: technological changes and financial pressures in Brazil. **Cultural Sociology**, v. 11, p. 77-96, 2016.

UNDURRAGA, Tomas; PEDROSO NETO, Antonio. Jornalistas da economia e homens das finanças: fascinação, ascendência e ilusão profissional. **Estudos de Sociologia**, v. 24, p. 55-82, 2019.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o “Espírito” do Capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

FOLHA DE S. PAULO, LEI ROUANET E O
MERCADO DE PATROCÍNIOS CULTURAIS
INCENTIVADOS: UMA ANÁLISE A PARTIR
DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

*FOLHA DE S. PAULO, ROUANET LAW
AND THE MARKET OF INCENTIVIZED
CULTURAL SPONSORSHIPS: AN ANALYSIS
FROM ECONOMIC SOCIOLOGY*

*FOLHA DE S. PAULO, LEY ROUANET Y EL MERCADO
DE PATROCINIOS CULTURALES INCENTIVADOS:
UN ANÁLISIS DESDE LA SOCIOLOGÍA ECONÓMICA*

*Rafaela Araújo LOPES**

*Bruno Costa BARREIROS***

RESUMO: Embora seja reconhecida a relevância das investigações sobre a Lei Rouanet na perspectiva de política pública, poucas pesquisas têm se debruçado sobre o mercado de patrocínios culturais incentivados. Partindo dos aportes da sociologia econômica, o artigo apresenta uma análise dos contextos políticos, culturais e econômicos, bem como das tendências discursivas que influenciam e caracterizam este mercado, a partir de um *corpus* formado por 863 matérias publicadas na Folha de São Paulo no período entre 2013 e 2023. A análise aborda as estratégias publicitárias na Folha e o papel do Estado, a emergência de uma agenda política conservadora e as disputas em torno da Lei Rouanet, a transformação discursiva e a relevância do ideário da sustentabilidade nas mudanças da concepção de controle. A pesquisa mostra, sobretudo, como o mercado estudado, após sobreviver a ataques simbólicos intensos, renova a sua legitimidade a partir das ideias de sustentabilidade e de economia criativa.

* Mestra em Ciências Sociais pela UFBA. Especialista ESG. <https://orcid.org/0009-0005-7065-6579>. E-mail: rafaraujolopes@gmail.com.

** Doutor em Sociologia Política pela UFSC. Professor adjunto do Departamento de Sociologia da UFBA. <https://orcid.org/0000-0002-7609-0001>. E-mail: barreirosbc@gmail.com.

PALAVRAS-CHAVE: Sociologia econômica. Sociologia dos mercados. Lei Rouanet. Jornalismo. Patrocínio cultural.

ABSTRACT: *Although the relevance of investigations on the Rouanet Law from a public policy perspective is recognized, few studies have focused on the market of incentivized cultural sponsorships. Based on the contributions of economic sociology, this article presents an analysis of the political, cultural, and economic contexts, as well as the discursive trends that influence and characterize this market, based on a corpus of 863 articles published in Folha de São Paulo between 2013 and 2023. The analysis addresses advertising strategies in Folha and the role of the State, the emergence of a conservative political agenda and the disputes around the Rouanet Law, the discursive transformation, and the relevance of the sustainability for the changes in the conception of control. The research shows how the studied market, after surviving intense symbolic attacks, renews its legitimacy through the ideas of sustainability and creative economy.*

KEYWORDS: *Economic Sociology. Sociology of Markets. Rouanet Law. Journalism. Cultural Sponsorship.*

RESUMEN: *Aunque se reconoce la relevancia de las investigaciones sobre la Ley Rouanet desde una perspectiva de políticas públicas, pocas investigaciones se han centrado en el mercado de patrocinios culturales incentivados. Basado en las contribuciones de la sociología económica, el artículo presenta un análisis de los contextos políticos, culturales y económicos, así como las tendencias discursivas que influyen y caracterizan este mercado, a partir de un corpus formado por 863 artículos publicados en Folha de São Paulo en el período entre 2013 y 2023. El análisis aborda las estrategias publicitarias en Folha y el papel del Estado, la emergencia de una agenda política conservadora y las disputas en torno a la Ley Rouanet, la transformación discursiva y la relevancia del ideario de sostenibilidad en los cambios en la concepción del control. La investigación muestra, sobre todo, cómo el mercado estudiado, después de sobrevivir a intensos ataques simbólicos, renueva su legitimidad a partir de las ideas de sostenibilidad y economía creativa.*

PALABRAS CLAVE: *Sociología económica. Sociología de los mercados. Ley Rouanet. Periodismo. Patrocínio cultural.*

I. Introdução

Objeto de contradições acerca dos rumos das políticas culturais, dos usos do dinheiro público e das motivações empresariais para o patrocínio, a Lei Rouanet, apesar de não ser a única ferramenta de fomento à cultura, é a mais presente tanto no debate público quanto na academia quando se trata de mecanismos de incen-

tivo fiscal. Embora seja reconhecida a relevância das investigações sobre a lei na perspectiva de política pública, o interesse desta pesquisa está direcionado para as dinâmicas de trocas que se estabeleceram a partir da sua sanção e, mais especificamente, no que concerne à construção de um mercado de patrocínios culturais incentivados. Tal dinâmica é baseada fundamentalmente na transação entre capitais financeiros e simbólicos, realizada por proponentes, empresas patrocinadoras e, muitas vezes, intermediadas por outras empresas e agentes captadores profissionais de recursos. Entretanto, argumenta-se aqui que o ativo simbólico almejado pelas potenciais incentivadoras tem sofrido alterações ao longo dos últimos anos: o ideário do desenvolvimento sustentável vem mudando as diretrizes empresariais para o patrocínio e, pelo menos à primeira vista, altera também as regras do jogo de um mercado há muito tempo orientado pelo discurso e estratégias do *marketing* cultural, entendido como uma prática direcionada para a vinculação de marcas empresariais a diferentes práticas culturais (e.g., música, esporte, literatura, cinema, teatro etc.).

O presente artigo é um recorte de uma pesquisa mais ampla cujo objeto central é o mercado de patrocínios culturais incentivados (Lopes, 2024), a qual se ancora nos aportes da sociologia econômica de vertente político-cultural. Aqui, nos debruçamos sobre a hipótese de que o ideário do desenvolvimento sustentável - compreendido como um conjunto de crenças e práticas capazes de orientar os agentes investidos em diferentes campos sociais (Dezalay, 2007) - tem modificado as práticas no mercado de patrocínios culturais incentivados, criando, assim, uma nova concepção de controle (Fligstein, 2001), com possíveis repercussões mais amplas para a *doxa* econômica (Bourdieu, 2005). A inspiração analítica reside na sociologia bourdieusiana das práticas discursivas, a qual considera o próprio ato de enunciação como uma prática socialmente orientada, tendo então a investigação dos espaços sociais de produção dessa linguagem e dos agentes que a enunciam como componentes analíticos prioritários (Barreiros, 2023). Tomando como base a noção de *doxa*¹, a orientação coletiva deste mercado nega a valorização do lucro e escamoteia as relações econômicas presentes neste tipo de troca, aproximando-se assim da economia dos bens simbólicos (Bourdieu, 2008).

Apresentamos, aqui, um recorte da análise das transformações discursivas deste mercado, derivada do levantamento de notícias no jornal Folha de São Paulo², a fim de proporcionar um melhor diálogo com os trabalhos que compõem o dossiê “*Repensando o jornalismo econômico-financeiro: perspectivas teóricas e empíri-*

¹ Conjunto de valores compartilhados que dão sentido às classes e classificações operadas pelos agentes de determinado campo (Catani *et al.*, 2024)

² O jornal Folha de São Paulo foi utilizado como uma de nossas fontes de dados para a análise sociogenética do mercado de patrocínios culturais incentivados, bem como de suas principais transformações ao longo dos anos. Para uma análise mais atenta e cuidadosa sobre o jornalismo brasileiro e seus profissionais de forma articulada à sociologia econômica, recomendamos Pedroso-Neto (2015) e Pedroso-Neto e Undurraga (2018).

cas globais e locais”. Em termos de organização, estruturamos esta comunicação em quatro seções. Após esta introdução, a segunda seção intitulada como “Da Construção do Objeto de Pesquisa” aborda a origem e a dinâmica do mercado de patrocínios culturais incentivados, destacando a Lei Rouanet e suas implicações. Na terceira seção, apresentamos os resultados principais deste recorte da pesquisa, com uma análise detalhada dos contextos políticos e econômicos e das práticas discursivas que influenciam e caracterizam este mercado: a) primeiramente, investigamos as estratégias publicitárias na Folha e o papel do Estado; b) em seguida, tratamos da emergência de uma agenda política conservadora e as disputas em torno da Lei Rouanet; c) em um terceiro momento da análise, discutimos a transformação discursiva e a relevância do ideário da “sustentabilidade” nas mudanças da concepção de controle; d) por fim, trazemos o caso do Rock in Rio para ilustrar como o tratamento conferido pela Folha pode servir como um indicador relevante para as transformações deste mercado. Nas considerações finais, destacamos a importância desta pesquisa para a sociologia econômica, especificamente aos interessados pelas dinâmicas entre mídias jornalísticas e construção social de mercados.

II. Da construção do objeto de pesquisa

Compreendido entre os fenômenos da economia dos bens simbólicos (Bourdieu, 2008), o mercado analisado nesta pesquisa é oriundo da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Brasil. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991), um mecanismo de incentivo fiscal que permite a empresas privadas destinarem até 4% do Imposto de Renda devido ao Estado para projetos culturais previamente aprovados pelo ministério. Sancionada em 1991 como parte dos avanços da agenda neoliberal da política brasileira, a chamada Lei Rouanet é frequentemente localizada a partir do caráter eminentemente mercadológico que confere à atividade cultural (Belem e Donadone, 2013; Olivieri, 2004; Pinto, 2022). Este enquadramento do fenômeno permite enxergar a dinâmica de um tal mercado de patrocínios culturais incentivados de modo semelhante a outros mercados analisados pela sociologia econômica (Bourdieu, 2006; Garcia-Parpet, 2003; Steiner, 2004; Carneiro, 2007; Sartore, 2012; Botta e Donadone, 2014; Jardim; Moura, 2017). Em direção alinhada com essas pesquisas, trabalhamos com a noção de *construção social do mercado*, como categoria norteadora central, no sentido de enfatizar o caráter historicamente situado, relacional e político, institucional e estruturante das trocas mercantis entre os mais diversos agentes participantes (e.g., produtores, distribuidores, vendedores, consumidores, agentes estatais).

Ainda que se considere a imaterialidade do projeto cultural, é preciso, para fins analíticos, delimitar a mercadoria negociada nestas trocas. O nível de reco-

nhecimento, derivado da associação ao projeto (ou seja, a cota de patrocínio) é compreendido neste trabalho como o produto em si – isto, é, o que é ofertado, demandado, trocado - do mercado de patrocínios culturais incentivados. Contudo, embora estejamos falando de espaços sociais que pressupõem concorrência e transação financeira, os recursos movimentados nas trocas via lei de incentivo são de origem pública (Brasil, 1991). Esta característica basilar o distancia de outros tipos de mercado e provoca o surgimento de convenções morais que, a princípio, não atingem outros tipos de trocas realizadas com recursos privados, como por exemplo a atenção ao interesse público em detrimento da liberdade individual ou empresarial (Pinto, 2022).

O fato é que, neste mercado, o que se compra é, sobretudo, legitimidade. Seja em relação a um local determinado (e.g., comunidade em que a empresa está situada), a um público específico (e.g., mulheres acima de 40 anos) ou a um tema de atuação (e.g., saúde e bem estar, educação financeira, reciclagem, etc.), o patrocínio cultural é, conforme apontado por Michetti (2016), um meio utilizado pelas empresas patrocinadoras para maximizar o seu poder, por meio do reforço de posicionamentos da marca e da ratificação dos seus valores para o público consumidor, sociedade em geral ou, nos termos mais usuais para os investidos no espaço empresarial, seus *stakeholders*. Sociologicamente, podemos entender que se trata de transações que envolvem os capitais financeiro e simbólico (Bourdieu, 2008). No caso de empresas com alto montante de capital financeiro e processos seletivos mais consolidados e democráticos, a legitimidade advém do reconhecimento de sua relevância enquanto agente impulsionador do desenvolvimento do setor cultural. Para esses casos mais emblemáticos, podemos citar a atuação da Natura (Salvarani, 2022), do Itaú (Michetti, 2017), além da Petrobras e do Grupo Votorantim (Belem, 2010).

A relação proponente (vendedor) e empresa (compradora/incentivadora) pode ou não ser facilitada pela figura da empresa ou pessoa física intermediária. As intermediárias são profissionais especializados nos temas relativos ao ecossistema do patrocínio cultural incentivado e a sua posição relativa no campo é definida principalmente pelo seu capital social, traduzida neste mercado como a rede de contatos e acesso facilitado aos potenciais incentivadores (Lopes, 2024). Através de seu conhecimento estratégico de mercado e sua rede de relações, as intermediárias são capazes de potencializar as chances de venda/captação de recursos dos projetos. Por estarem em uma posição de mediação entre espaços sociais relativamente distantes e mobilizarem diferentes conhecimentos, em geral alinhados aos propósitos empresariais (finanças, marketing, relações públicas), muitas vezes são estes profissionais os responsáveis por traduzir as tendências de mercado para a área cultural (Lopes, 2024).

De modo geral, para os proponentes, o dinheiro é tratado como meio, apenas um detalhe inconveniente, na jornada artística ou de impacto social. Neste sentido,

a troca do capital financeiro pelo capital simbólico associada aos interesses dos agentes envolvidos aparece, em suas práticas discursivas, a partir do que Bourdieu (2008) denomina de tabu da explicitação, ou seja, a utilização de eufemismos linguísticos para caracterizar a relação econômica. Para as empresas incentivadoras, o discurso da responsabilidade social escamoteia a necessidade de reconhecimento simbólico e a legitimação social como objetivos patentes para a realização dessas trocas. De acordo com uma pesquisa realizada com as cinquenta maiores empresas incentivadoras da Lei Rouanet, a promoção de transformação e de inclusão social é o elemento mais frequente para a justificativa da transação, seguida de geração de empregos e estímulo à economia (Pinto, 2022). Em outras palavras, as trocas se estabelecem, entre o dito e o não dito, no sentido de promover o intercâmbio do capital financeiro, pertencente às empresas incentivadoras (compradores) e o simbólico, associado aos projetos (produtos): interessa ao proponente obter dinheiro suficiente para a realização do seu projeto; interessa ao intermediário aumentar a taxa de sucesso dos seus serviços para garantir a subsistência da sua empresa; e interessa ao potencial patrocinador associar-se à uma iniciativa de alto capital simbólico, a fim de fortalecer a sua marca na opinião pública.

Ressalta-se, porém, conforme sistematização de Swedberg (2005), que o poder econômico é o principal fator de hierarquização entre os agentes de um mercado. Sendo assim, a empresa incentivadora é a responsável por influenciar decisivamente a dimensão convencional (Weber, 1991) a partir da qual o mercado irá operar. Ao modificar a demanda, os consumidores (empresas patrocinadoras) forçam os outros agentes do mercado a repaginarem a sua estratégia publicitária, de modo a atender a uma concepção de controle (Fligstein, 2001) estabelecida, a qual orienta as estratégias empresariais e, logo, as diretrizes de investimento em determinada época. Cabe salientar que entendemos a noção de concepção de controle, proposta por Fligstein (2001), como um entendimento coletivo e um conhecimento compartilhado que reflete e reforça a estrutura de forças do mercado e se traduz em orientações comuns a todos os agentes envolvidos.

O produto a ser negociado é o capital simbólico que a patrocinadora irá angariar a partir do investimento incentivado, sendo que o fator de retribuição recíproca (Weber, 1991) do mercado é evidenciado pelas cotas de patrocínio, as quais representam a proporcionalidade entre os capitais financeiro e simbólico, na forma de contrapartidas de visibilidade, relacionamento ou ativação de marca. O acesso desigual ao capital simbólico proporcionado pelo projeto é uma manifestação das relações de competição entre os incentivadores, e elucida as relações de dominação entre os agentes empresariais conforme o seu poder econômico.

A fim de mapear as condições sociais de produção discursiva dos agentes vendedores do mercado, foi realizada, como estratégia analítica complementar, uma pesquisa documental de 863 matérias publicadas na Folha de São Paulo no

período entre 2013 e 2023. Ao empreender uma pesquisa de dimensão histórica sobre tais produções jornalísticas, objetivou-se angariar elementos para construir uma perspectiva sociogenética deste mercado (Bourdieu, 2006), compreendendo a transição das concepções de controle (Fligstein, 2001) do mercado de patrocínios culturais incentivados à luz dos contextos políticos e econômicos de cada período. Foi realizada, assim, uma busca pela palavra-chave “Lei Rouanet” no jornal Folha de São Paulo, desde 2013 até dezembro de 2023 (ano final de levantamento de dados desta pesquisa).

A escolha de analisar este meio de comunicação foi embasada principalmente pela sua relevância na comunicação em diferentes nichos: trata-se de um dos veículos de notícias mais importantes do país em número de audiência e circulação (Folha de São Paulo, 2021), além de ser historicamente associado aos interesses das classes dominantes. Segundo diferentes mapeamentos de opinião pública encomendados pelo jornal, realizados pelo instituto Datafolha, o leitor típico da Folha de São Paulo possui um alto nível de renda e escolaridade (Folha de São Paulo, 2011). Neste sentido, é possível inferir que há um considerável grau de influência deste jornal entre os estratos mais favorecidos, incluindo, possivelmente, participantes de espaços de elites empresariais, que nesta pesquisa ocupam a posição de patrocinadores no mercado analisado. Portanto, analisar o *corpus* de matérias publicadas na Folha nos últimos dez anos é uma forma de apreender, ainda que indiretamente, as orientações políticas e tendências discursivas, em relação à Lei Rouanet, de grupos localizados em condições sociais hierarquicamente superiores.

III. Resultados e discussão

Em que pesem as condições objetivas de pesquisa, a qualidade da ferramenta de busca da Folha possibilita condições favoráveis para a realização de uma investigação mista com método explanatório sequencial, o qual, segundo Creswell (2007), pressupõe uma coleta e análise de dados quantitativos e qualitativos, com o objetivo de utilizar estes últimos para aprofundar a compreensão dos resultados encontrados. Assim, no período de março a julho de 2024, foram analisadas 1.107 matérias, filtradas por meio da palavra-chave “Lei Rouanet” no Acervo Digital (acervo online de publicações) do Jornal no período de 2013-2023, sendo que, destas, 863 (78%) foram eleitas para a qualificação de dados, desprezando-se resultados duplicados.

Na pesquisa mais ampla que fundamenta este artigo, as publicações foram classificadas segundo a sua temática principal, utilizando as seguintes categorias: 1. Citação contextual; 2. Política Executiva; 3. Projetos e propostas; 4. Polêmicas; 5. Economia e política da cultura. Quando analisadas à luz da metodologia escolhida, tais classificações auxiliaram na compreensão dos contextos políticos e econômicos

de cada ano. Conforme veremos, na maioria dos casos, destacaram-se padrões discursivos relevantes do ponto de vista da análise da transformação social do mercado, de modo que foram criadas subcategorias a fim de qualificar os dados obtidos.

Tabela 1: Classificação geral das matérias analisadas na Folha de São Paulo entre 2013-2023

Grupo	Definição	Subcategorias	Quantidade de matérias	Percentual em relação ao <i>corpus</i>
1. Citação contextual	Citam a Lei Rouanet como parte de um contexto, não sendo o tema principal.	a) Referência; b) Argumento político-discursivo; c) Literal.	249	28,85%
2. Política executiva	Temas relativos à gestão pública do mecanismo.	a) Alterações normativas; b) Decisões de projetos; c) Disputa política; d) Análise administrativa.	220	25,49%
3. Projetos e propostas	Possuem iniciativas culturais como tema principal.	a) Divulgação de projeto (realização); b) Divulgação de proposta (captação); c) Análise de projetos (informativo e crítica) e; d) Recusa/Fracasso.	213	24,68%
4. Polêmicas	Tratam de casos críticos que suscitam debates na esfera pública.	a) Atos ilícitos; b) Atos considerados imorais; c) Atos administrativos.	94	10,89%
5. Economia e política da cultura	Notícias e discussões sobre o campo cultural de maneira ampla.	Sem subcategorias	87	10,08%
Total			863	100,00%

Fonte: Elaboração própria

As estratégias publicitárias e as políticas de Estado

A categoria temática “Projetos e Propostas”, que se refere ao grupo de publicações que possuem iniciativas culturais como tema principal, tem sua frequência de publicações associada ao aquecimento da atividade cultural e dela podemos apreender elementos importantes para a compreensão das estratégias publicitárias dos agentes investidos no mercado de patrocínios culturais incentivados. As matérias incluídas nesta categoria foram classificadas em outras quatro subcategorias, sendo as duas com maior incidência “Divulgação de projetos” e “Divulgação de propostas”. Tais publicações da Folha têm como sentido principal a difusão de determinados projetos para um grande número de leitores, com uma distinção de formato, público e finalidade: enquanto a primeira visa a divulgação da realização de projetos

*Folha de S. Paulo, lei Rouanet e o mercado de patrocínios culturais
incentivados: uma análise a partir da sociologia econômica*

captados por meio da lei de incentivo, geralmente incluindo informações de serviço (quando, onde, quanto), orçamento total captado e - com menos frequência - quem são os patrocinadores, a segunda aparece geralmente em forma de nota, divulgando a aprovação dos projetos para captação de recursos. Em casos mais emblemáticos (como o da figura abaixo), o formato de anúncio é ainda mais evidente. Em geral, os projetos divulgados para o público consumidor têm caráter comercial, como musicais ou feiras de arte. Já as propostas, divulgadas para empresas patrocinadoras e cidadãos contribuintes, costumam possuir caráter evidentemente artístico e/ou de desenvolvimento social.

Figura 1: Divulgação do projeto “Amor de gigolô” (2015) e da proposta “Apoie os programas educacionais da OSESP” (2017)



Fonte: Folha de São Paulo, 2015 e 2017.

A defesa da utilização da Lei Rouanet como mecanismo de fomento para projetos destituídos de caráter comercial foi uma das principais bandeiras da Folha no período analisado, sendo que as tendências discursivas apreendidas são aplicadas de forma coerente com tal tomada de posição do jornal quando se trata de divulgação de propostas. Apesar disso, há uma presença considerável da divulgação de projetos comerciais, os quais têm como público-alvo grupos sociais que dispõem de alto capital financeiro. Esta pequena controvérsia apreendida no jornal pode ser mais bem compreendida quando consideramos o poder de articulação dos proponentes profissionais³ (Jordão e Allucci, 2012) e empreendedores culturais por opção⁴

³ Em “Panorama Setorial da Cultura Brasileira”, Jordão e Allucci (2012) concluem que os grupos de gestores culturais com resultados mais satisfatórios em seus empreendimentos são o alienígena e o profissional, que perfazem um total de 31% dos entrevistados. No caso do primeiro, sua relação com a profissão é instrumental, ou seja, não compreende a cultura como propósito de vida. Além disso, o grupo não apresenta uma opinião crítica a respeito do mercado que atua. Já o profissional “acredita que o viabilizador entende o valor cultural e que está interessado em vários tipos de projetos e não apenas com o marketing da empresa” (*idem*, p. 9)

⁴ Burgos e Michetti (2017) trazem também contribuições relevantes para a análise dos proponentes ao sugerir, com inspiração weberiana, quatro tipos ideais de empreendedores culturais: (1) Empreendedor cultural por necessidade; (2) Por disposição; (3) Por opção; (4) Por vocação. Neste sentido, os recursos

(Michetti e Burgos, 2016), que, dispondo de significativo capital social (Bourdieu, 1980), conseguem espaço para anúncio em um veículo que, à priori, se posiciona de maneira contrária à lógica de financiamento de seus projetos.

O que chama atenção, porém, é que, muitas vezes, os projetos em divulgação ou o próprio mercado de patrocínios culturais incentivados são utilizados como mote narrativo para tratar de assuntos muito mais amplos, como podemos ver nos exemplos da tabela 2 abaixo, os quais ilustram o impacto da crise política e econômica de 2015/2016, que culminou no impeachment da Presidenta Dilma Rousseff. Decerto que crises políticas e econômicas impactam os mercados. Lembremos, neste caso, que o dinheiro utilizado nas trocas que caracterizam o patrocínio cultural incentivado é oriundo do Imposto de Renda das empresas incentivadoras, de modo que uma queda do lucro do segmento bancário ou de empresas estatais atinge direta e irrevogavelmente o capital financeiro total disponível para as transações.

Tabela 2: Exemplos de publicações do subgrupo “Análise de projetos”

Ano	Título da matéria	Categoria	Citação
2015	Vendas com isenção fiscal caem 11% na feira SP-Arte	Projetos e propostas	“Num momento de crise econômica no país e com a disparada do dólar, um resultado mais fraco já era esperado para este ano.”
2015	Contra crise, Inhotim se põe para “adoção”	Projetos e propostas	“Essas mudanças refletem a crise econômica do país. O mercado de minério sofre com a retração chinesa, o que afeta numa tacada só a Vale (entre os principais patrocinadores) e Paz, que também atua no setor.”
2015	Festa de Paraty terá menor orçamento em uma década	Projetos e propostas	“Cenário de crise econômica no país limitou a verba da feira a R\$7,4 milhões”

Fonte: Elaboração própria.

Ainda no que concerne à complexa relação entre o Estado e o mercado estudado nesta pesquisa, partimos do pressuposto, ancorado em um dos pilares da sociologia econômica de Bourdieu (2005), de que o Estado é o principal orquestrador de um mercado, que pode ter seus espaços da demanda e da oferta impactados decisivamente por decisões de origem político-administrativa-burocrática. No caso do mercado analisado, porém, o poder de influência do Estado extrapola algumas

públicos estão concentrados principalmente nas mãos dos tipos (3) e (4), ou seja, aqueles que acumulam maior capital econômico, simbólico e social. Para os autores, o empreendedorismo cultural por opção se refere a “indivíduos, empresas ou grupos empresariais de produção de bens, serviços e eventos culturais e de entretenimento, tendo como objetivo principal o lucro” (*idem*, p. 592). Ao conceber a cultura como opção de investimento e ser um dos grupos com maior facilidade de captação de recursos, aproximam-se do tipo profissional e alienígena, conforme definições de Jordão e Allucci (2012).

das premissas previstas por Bourdieu (2005), uma vez que impacta não apenas o formato e orçamento de projetos elegíveis ao incentivo, mas o recurso mesmo utilizado nas trocas do patrocínio incentivado. Isto ocorre de duas formas: 1) a partir de alterações normativas que dispõem sobre o teto da Lei naquele ano, ou seja, o quanto de imposto o Estado está disposto a renunciar em favor do setor cultural e; 2) segundo as políticas de gestão econômica dos diferentes segmentos produtivos de empresas patrocinadoras imbricadas neste mercado (bancário, petroleiro, agronegócio, tecnologia, etc), uma vez que determinadas decisões econômicas podem favorecer ou não certa esfera produtiva, impactando diretamente no lucro real das empresas patrocinadoras e decisivamente no seu potencial de investimento via incentivo fiscal. Por exemplo, se considerarmos que as empresas estatais estão entre as principais patrocinadoras do país (Petrobrás, Vale), é possível compreender o nível de dependência que os agentes vendedores experimentam ao pleitear incentivos aos seus projetos, e logo, a dimensão da consequência que uma crise em um segmento petrolífero e de minério poderia gerar, ainda que, no caso dos proponentes e intermediários, não se tenha o menor controle sobre isso.

Em uma estrutura na qual as empresas incentivadoras, que possuem o maior capital financeiro e social, ocupam a posição de compradores, a competição para o poder sobre o poder do Estado (BOURDIEU, 2015) é altamente limitada pelo volume dos capitais dos agentes vendedores, que só são capazes de disputar dentro da dimensão jurídica do mercado de patrocínios em si, por meio da influência em alterações normativas. A segunda forma de influência do Estado, descrita no ponto 2 como o cenário da política econômica nacional, apesar de altamente determinante para o sucesso das trocas, está fora do alcance de proponentes e intermediários. Tal cenário implica em uma situação de mercado que tem a instabilidade estrutural como regra.

A emergência de uma agenda política conservadora

O levantamento das notícias e reportagens identificou, a partir de 2016, o surgimento de uma tendência discursiva que associou o mecanismo de incentivo fiscal à emergência de uma agenda política conservadora. As matérias classificadas como “Citação Contextual”, em nossa categorização temática, ou seja, que citam a Lei Rouanet como parte de um contexto, sem a condição de tema principal de notícias e reportagens, são as principais representantes deste fenômeno. É válido ressaltar que se trata do grupo analítico com a maior saliência: 249 publicações, que perfazem 28,85% do *corpus* de análise. A subdivisão deste conjunto de publicações foi realizada a partir do sentido atribuído à citação em questão, sendo que, nesta seção, iremos nos deter prioritariamente ao subgrupo de citações que confere à Lei

Rouanet um sentido de argumento político-discursivo. Quantitativamente relevante no grupo de citações contextuais (38% do total), este subgrupo de matérias tem presença marcada no jornal desde 2016, se acentuando a partir de um contexto político de ascensão da extrema direita.

No período de 2013 a 2018, verificou-se uma saliência de notícias que rotulamos na categoria de “Polêmicas”, que envolveu, por exemplo, notícias em torno da Operação Boca Livre da Política Federal, deflagrada em 2016, e a CPI da Lei Rouanet, entre 2016 e 2017. No contexto da deflagração da Operação Lava Jato a partir de 2014, as políticas públicas de assistência social fortalecidas pelo governo do Partido dos Trabalhadores passam a ser vistas com desconfiança, perspectiva que se estende à avaliação da Lei Rouanet e à sua probidade. No período de 2013 até 2018, as polêmicas relativas a uma suposta imoralidade no âmbito da lei Rouanet diziam respeito a dois aspectos interconectados: 1) utilização do benefício fiscal para financiar projetos culturais com capacidade mercadológica comprovada, ou proposto por artistas consagrados; 2) sobreposição de interesses privados, em detrimento dos interesses públicos no patrocínio cultural incentivado.

Tais críticas estão inseridas em um contexto de mercado orientado por uma concepção de controle (Fligstein, 2001) amparada em objetivos de marketing empresarial. Há, assim, um esforço do jornal para influenciar na transformação da dimensão convencional (WEBER, 1991) do mercado de patrocínios culturais incentivados, a partir da reprovação moral de certas práticas. Um caso representativo desta tendência é a matéria “Lei Rouanet financia marketing em ruas de SP”, publicada em 2018, em que uma das pesquisadoras entrevistadas afirma que:

Saímos de uma situação em que o produtor cultural pensava em projetos capazes de agradar aos diretores de marketing das empresas para outra na qual são os próprios diretores de marketing que criam os projetos. [...] O problema parece ser o excesso de liberalismo no uso dos recursos [...] sempre que o Estado libera geral, o mercado faz a festa. (Folha de São Paulo, 2018)

A partir de 2020, tendo experimentado um aumento expressivo em 2021, as polêmicas relacionadas aos atos de administração pública passam a protagonizar a narrativa do jornal, tendo como foco o desmonte da Lei Rouanet promovido pela gestão Bolsonaro. Embora tenha surgido já no contexto do impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, tal tendência discursiva associada à ascensão do conservadorismo foi intensificada a partir de 2018, no âmbito da chamada “retórica da mamata”, uma das estratégias discursivas do ex-presidente Jair Bolsonaro para, utilizando de notícias falsas, questionar a idoneidade da Lei Rouanet e desqualificar o trabalho artístico por meio de julgamentos morais. No jornal, é possível notar uma alta repercussão, em um viés crítico e informativo, da tendência discursiva

do então candidato à presidência da república de instrumentalização da Lei como agenda eleitoral, se apropriando das críticas de concentração de recursos e corrupção - propagadas durante anos pela própria Folha, vale lembrar - historicamente associadas à mesma, mas radicalizadas a partir da propagação de “fake news”. Em uma das matérias que melhor retrata este cenário, um jornalista afirma que “a lei de incentivo passou a ser vista como uma forma espúria de sustentar vagabundos e financiar imoralidades.”⁵.

Assim, é também partir de 2018 que é possível perceber uma evidente contradição da Folha em relação à retórica propagada pelo grupo conservador em relação à Lei. Tal fenômeno pode ser apreendido pela presença significativa de resultados de citações inseridas em colunas satíricas com teor crítico e humor irônico, as quais ridicularizam a mobilização do mecanismo enquanto prática discursiva da extrema direita. É preciso pontuar que os posicionamentos políticos manifestados nas colunas e trechos destacados abaixo não necessariamente refletem uma posição institucional do Jornal, e que a chamada “transformação discursiva” da Folha está sendo analisada no âmbito de uma variedade de publicações, com gêneros, temas e categorias distintas.

Se considerarmos os atos de enunciação como uma prática socialmente orientada, conforme proposto por Bourdieu, é necessário priorizar não apenas o texto, mas os espaços sociais de produção dessa linguagem e os agentes que a enunciam como componentes de investigação prioritários (Barreiros, 2023). Cabe destacar, portanto, que dentre os possíveis gêneros textuais presentes em um jornal, a coluna é o tipo de escrita mais expressiva que podemos encontrar, em termos de exposição da opinião de determinado autor ou autora. Identificamos que os colunistas Antonio Prata e Renato Terra despontam como os críticos principais dos discursos associados à extrema direita, utilizando de um modo linguístico baseado no sarcasmo para desqualificar a política bolsonarista, no que diz respeito, principalmente, à propagação de notícias falsas (movimento popularmente conhecido como “fake news”) e ao negacionismo histórico e científico. A Lei Rouanet aparece frequentemente como parte das ironias relacionadas a *fake news* e a um projeto moral de “doutrinação de esquerda”.

É interessante observar que Antonio Prata e Renato Terra possuem trajetórias marcadas por uma circulação em diferentes espaços do campo cultural brasileiro, para além do jornalismo. Na literatura, Antonio Prata, filho do também escritor Mário Prata, já publicou mais de quinze livros ao longo da sua trajetória (Companhia

⁵ MEIRELES, M. Guerras culturais se acirram no Brasil, e quem vence é a direita de Bolsonaro. FOLHA DE SÃO PAULO, SÃO PAULO, 29 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/guerras-culturais-se-acirram-no-brasil-e-quem-vence-e-a-direita-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 07 mai. 2025.

das Letras, 2024⁶). Já Renato Terra é cineasta, tendo dirigido cerca de seis séries e documentários para o cinema e a televisão (Adoro Cinema, 2024⁷). Se, para Bourdieu (1996), analisar um discurso é considerar sobretudo as suas condições sociais de produção, nota-se que o alto volume de capital cultural dos autores, apreendido também pela qualidade da circulação dos mesmos por certas instituições (Companhia das Letras, HBO, Globo, Revista Piauí), garante a legitimidade das tomadas de posição, as quais, combinadas à autoridade da própria Folha enquanto veículo de comunicação, estabelece uma situação de enunciação privilegiada para a difusão de suas práticas discursivas.

Embora nenhuma informação disponível indique os autores como parte integrante do mercado de patrocínios culturais incentivado, suas trajetórias profissionais apontam para um lugar social de pertencimento a estratos artísticos que foram alvo de hostilização durante o período de campanha e governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, o que ajuda a explicar o modo sarcástico e de contraposição na maior parte de suas enunciações veiculadas pela Folha.

Tabela 3: Discursos irônicos da subcategoria de “Citação contextual: argumento político-discursivo” na Folha de São Paulo (2013-2023)

Ano	Título da matéria	Citação
2018	Eu 2018	“Nudes, evidentemente, terão não apenas isenção fiscal como apoio da Lei Rouanet.” (Antonio Prata, escritor e jornalista)
2018	Menos livros, mais Whatsapp	“Por tabela, vamos rechaçar também todos os filmes feitos com a Lei Rouanet e todas as canções compostas fora de Goiás. [...] A verdade está no WhatsApp. É lá que somos impactados por [...] uma montagem que mostra Chico Buarque recebendo caminhões da Lei Rouanet para trocar o cloro de sua jacuzzi.” (Renato Terra, roteirista e autor)
2019	MEC cria doutorado em Whatsapp	2) Fake News - A Verdadeira história sobre o nazismo de esquerda, o kit gay, as urnas eletrônicas fraudadas, a mamadeira de piroca, o Foro de São Paulo, os militares que salvaram o Brasil em 64 e os mamadores da Lei Rouanet. (Renato Terra, roteirista e autor)
2022	Pra lei, Chico tem olhos castanhos	Com a jurisprudência aberta pela decisão, o juiz Julinho da Adelaide, imbuído do espírito patriótico, escreveu uma sentença determinando que os olhos de Chico Buarque são castanhos. “Não há comprovação científica de que aquela tonalidade seja azul ou verde. Sem falar na possibilidade daquilo ali ser lente de contato financiada pela Lei Rouanet”, escreveu o magistrado. (Renato Terra, roteirista e autor)

Fonte: Elaboração própria

⁶ Companhia das Letras. Antonio Prata. Disponível em: <https://www.companhiadasletras.com.br/colaborador/02231/antonio-prata> Acesso em 11 set. 2024.

⁷ Adoro Cinema. Renato Terra. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/personalidades/personalidade-70829/> Acesso em 11 set. 2024.

Uma nova concepção de controle baseada no ideário da sustentabilidade

A turbulência política vivida no período de 2018-2022 impactou de maneira significativa os discursos associados ao mercado de patrocínios culturais incentivados. Em princípio em resposta à ampla difusão de notícias falsas relacionadas ao mecanismo e depois ao seu efetivo projeto de desmonte, a Folha passa a se posicionar no sentido de defendê-lo, contribuindo como parte interessada e agente disseminador da legitimidade do patrocínio cultural incentivado. Nesta conjuntura, a agenda ESG (*Environmental, Social and Governance*) enquanto tendência discursiva que a fundamentará, aparece como a tábua de salvação que legitima as trocas ocorridas no âmbito da Lei, em uma perspectiva de desenvolvimento sustentável (que atinge tanto a dimensão social quanto a econômica).

Assim, a associação da Lei Rouanet à agenda da “sustentabilidade” ocorre paulatinamente, a partir de uma tendência discursiva caracterizada principalmente pela ampliação do sentido de cultura utilizado nas publicações. Se antes a ideia de cultura estava associada unicamente às produções artísticas e do intelecto - com um viés protecionista e contrário à contaminação destas pela “mão invisível do mercado” -, a partir de 2018 a noção de cultura enquanto Economia Criativa (Miguez, 2007) ganha terreno. De fato, há um esforço de divulgação do potencial financeiro da cultura enquanto atividade econômica e fonte de renda. Outras duas vertentes apreendidas - menos presentes do que a primeira, mas também dignas de nota - se relacionam com a mobilização da ideia de transversalidade da cultura, tendência discursiva que dialoga intimamente com: 1) os pressupostos de organismos internacionais, como a UNESCO, voltados à valorização da diversidade cultural e à autodeterminação dos povos; 2) a relevância das atividades culturais para a educação integral dos indivíduos e promoção do desenvolvimento social da população de maneira ampliada.

A narrativa que associa a Lei Rouanet à agenda ESG, que ilustra uma transformação decisiva na concepção de controle do mercado analisado, ganha espaço e relevância especialmente em um contexto pós-bolsonarista, após o regime democrático brasileiro ter sobrevivido aos diversos ataques infligidos pelo ex-presidente. Neste ínterim, também o mecanismo de incentivo fiscal à cultura foi transformado em bode expiatório da sua campanha eleitoral, que se apropriou das críticas históricas à Lei, abalando a sua reputação ao amplificar um sentimento geral de desconfiança em relação à idoneidade das trocas ocorridas no âmbito deste mercado, o qual foi estendido aos artistas e à esquerda política. Contudo, a radicalização das críticas ao mecanismo a partir de notícias falsas e o desmonte institucional que se seguiu à gestão de Jair Bolsonaro foram suficientes para que a Folha empreendesse uma transformação discursiva que visava restaurar a legitimidade da Lei Rouanet. O que se segue é uma progressiva ampliação dos sentidos de cultura mobilizados no

jornal: do estritamente artístico ao econômico e social, nesta pesquisa associados aos conceitos de Economia Criativa discutido, por exemplo, por Miguez (2007). Em 2024, a consolidação do Programa de Territórios Criativos, que visa fortalecer a economia criativa de determinados locais, se apresenta como um marco da dimensão jurídica (Weber, 1991) deste fenômeno no mercado.

Nas matérias publicadas no período de 2013 a 2023, foi possível observar que as narrativas relacionadas à Lei Rouanet foram mudando de acordo com os momentos políticos. Se até 2018 os discursos veiculados tendiam a defender a autorregulação do mercado cultural, excetuando-se os patrocínios para projetos de formação de base - tendo como pano de fundo uma concepção de controle (Fligstein, 2001) associada ao marketing cultural apreendida no mercado -, a partir do mesmo ano há um aumento progressivo de matérias que defendem o incentivo fiscal para a cultura ao destacar o seu potencial econômico, bem como a relação com o Desenvolvimento Sustentável, o que pode vir a representar a ascensão de uma nova orientação moral e estratégica do mercado de patrocínios culturais incentivados.

Tabela 4: Tendências discursivas na Folha de São Paulo (2013-2023) – reportagens exemplares

Ano	Título da matéria	Citação	Tendência discursiva
2013	Eletrobras reduz verba de apoio ao teatro	“De acordo com o produtor cultural Eduardo Barata, presidente da APTR (Associação dos Produtores de Teatro do Rio de Janeiro), com cada vez mais empresas privadas interessadas em peças comerciais, o chamado teatro tradicional, de drama, perde espaço na cena do país.”	Marketing cultural
2015	Leis de Incentivo (Painel do Leitor)	“[...] mas de tudo que tem acontecido nas últimas décadas, concluo que deveríamos revogar a Lei Rouanet e acabar com a meia-entrada. Que cada produtor corra com suas próprias pernas para financiar seus espetáculos. E que o Estado financie o que for necessário, de acordo com as políticas culturais definidas em conjunto com a sociedade. A renúncia fiscal simplesmente não funcionou.” (José Cláuber, Leitor)	Autorregulação do mercado
2015	Organização social pode agilizar gestão pública na cultura	Você pega o dinheiro público e dá para as empresas fazerem marketing sem acrescentar nenhum tostão. Sou a favor da parceria público-privada. Mas isso é uma transferência de recursos públicos para o fortalecimento de marcas e imagens de empresas.” (Juca Ferreira, Ministro da Cultura)	Marketing cultural

Folha de S. Paulo, lei Rouanet e o mercado de patrocínios culturais incentivados: uma análise a partir da sociologia econômica

Ano	Título da matéria	Citação	Tendência discursiva
2018	Flip gera retorno de R\$46,9 milhões, diz estudo da FGV	É como se para cada R\$1 investido no festival, outros R\$13 retornassem à economia. [...] “Demonstra claramente que, além do impacto positivo que a Flip tem na promoção da leitura e do pensamento, ela tem um impacto econômico [...] Queremos mostrar para os governos e a sociedade o quanto as atividades culturais contribuem para o país, e que ele se beneficia do investimento em cultura”(Sérgio São Leitão, ministro da Cultura)	Economia criativa
2018	Lei Rouanet (Painel do leitor)	A lei Rouanet deve beneficiar os artistas novos que necessitam de incentivos financeiro e publicitário. Artistas consagrados que já ganham milhões merecem ir para lista de excluídos.	Incentivo de base
2019	Velhas atitudes emperam uso de alternativas à Lei Rouanet	“Outra fonte de recursos que, apesar de incipiente no Brasil, é forte em vários países, é o apoio das marcas que, para além da mera filantropia ou do marketing, enxergam a cultura como uma ferramenta sofisticada de comunicação. Na Europa e nos EUA, apoiar um museu ou um show de rock é, a um só tempo, ações de relações públicas, de responsabilidade social e de construção de identidade corporativa. A cultura pode ser, ainda, o caminho mais curto para se atingir públicos específicos.” (Ana Paula Sousa, colunista)	Desenvolvimento sustentável
2022	Inteligência de dados ajuda o investimento social no país	“Pouca gente sabe que a Lei Rouanet pode ser associada diretamente a muitos dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU - por exemplo, o ODS 4, focado em educação - e que hoje é o objetivo que mais recebe investimentos no país.” (Raphael Mayer e Mathieu Anduze, fundadores da simbi)	Desenvolvimento sustentável
2022	A Lei Rouanet em seu devido lugar	O caráter transversal da cultura faz com que ela dialogue com a educação, a assistência social, a saúde, o turismo, e o meio ambiente. Faz dela uma força estratégica essencial para a formação e o crescimento do país. [...] a Lei Rouanet sustenta a cultura brasileira e é um potente impulsionador econômico: projetos incentivados por meio dessa lei movimentam R\$1,59 para cada R\$1 investido, conforme estudo realizado pela FGV para o Ministério da Cultura em 2018.” (Odilon Wagner, Cristina Olivieri, Nelson Rubens Kunze, Guilherme Afif Domingos Filho e André Leonardi, membros do Fórum Brasileiro pelos Direitos Culturais)	Economia criativa

Ano	Título da matéria	Citação	Tendência discursiva
2023	A Força da Indústria Criativa	“Eventos como The Town, Bienal do Livro e Bienal das Artes, os dois últimos apoiados por recursos da Lei Rouanet, mobilizaram milhares de pessoas no Rio e em São Paulo, as duas principais capitais do país, gerando renda, empregos, negócios, riqueza e bem-estar em torno da cultura e do entretenimento.” (Jader Rosa, superintendente do Itaú Cultural)	Economia criativa

Fonte: Elaboração própria

A primeira publicação neste sentido (“Flip gera retorno de R\$46,9 milhões, diz estudo da FGV”) de 2018 e é assinada pelo então Ministro da Cultura Sérgio Sá Leitão, tratando de um estudo realizado pela FGV (Fundação Getúlio Vargas) no sentido de demonstrar o impacto econômico da Feira Literária Internacional de Paraty (FLIP), a qual é realizada por meio da Lei Rouanet. Na ocasião, o ministro afirmou que iria fomentar outros estudos com o mesmo intuito, em uma tentativa de legitimar o investimento na área da cultura a partir da comprovação do retorno econômico.

Em novembro de 2018 uma matéria sobre a Simbi, *social tech* especializada na gestão de investimento social privado e vencedora da edição daquele ano do Prêmio Empreendedor Social do Futuro, começa a tratar de uma certa governança associada ao investimento em incentivo fiscal, em um tom mais propositivo do que crítico, diferentemente de discursos apreendidos em anos anteriores. Vale ressaltar que a Lei Rouanet apenas é citada contextualmente na publicação, sem associação direta. No ano de 2019, a publicação “Velhas atitudes emperram uso de alternativas à Lei Rouanet” faz parte de um mote narrativo da Folha que tende a buscar encampar um discurso de diversificação de fontes de captação de recursos, em face ao papel decisivo que a lei de incentivo federal ocupa no financiamento cultural brasileiro. É importante observar, no entanto, que apesar de defender que o patrocínio ocorra por outras fontes que não a renúncia fiscal, a publicação coloca o patrocínio cultural como uma ação “além da mera filantropia ou do marketing cultural”, sinalizando mudança cognitiva da concepção de controle.

Em 2022, porém, a associação da Lei Rouanet com o Desenvolvimento Sustentável é definitivamente estabelecida em mais uma publicação que tem a Simbi como tema principal, dessa vez assinada pelos próprios fundadores da *startup*: Raphael Mayer e Mathieu Anduze. Com base na pesquisa “Brasil ODS: Desafios para Democratizar a Transformação por Meio do Investimento Social”, os empresários apostam na relação entre cultura e educação para divulgar “boas práticas” no mercado de patrocínios culturais incentivados, ligadas a uma concepção de controle (Fligstein, 2001) que tem a sustentabilidade como diretriz.

Somente em 2021, o volume direcionado atingiu o valor recorde de mais de R\$2 bilhões e, quando comparado a 2018, houve crescimento de 54% em investimento (via Lei Rouanet). Analisando o recorte de projetos que possuem temáticas educacionais, o crescimento foi ainda maior, chegando a 90%. [...] Por fim, a pesquisa conclui que as empresas têm cada vez mais interesse em investir em projetos com temáticas educacionais na Lei Rouanet. [...] Ao cruzar as demandas sociais na tomada de decisão para a verba investida via Lei Rouanet - e outras leis de incentivo fiscal -, as empresas garantem que o aporte fique mais bem distribuído em todo o território e que tenhamos mais inteligência no investimento social e mais impacto positivo para a sociedade. (Folha de São Paulo, 2022)

O discurso da transversalidade da cultura e da promoção da diversidade cultural como forma de autodeterminação identitária, característico das agendas internacionais encampadas pela UNESCO na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2001) e na Convenção de Proteção e Promoção da Diversidade Cultural (2005), é um dos argumentos utilizados para a defesa da cultura como ferramenta para o desenvolvimento econômico sustentável na publicação “A Lei Rouanet em seu devido lugar”, de 2022. Aqui, são ressaltados não só os benefícios de uma agenda cultural fortalecida para o desenvolvimento humano, mas também o potencial financeiro do setor cultural para a economia nacional, argumento apreendido também no artigo “A Força da indústria criativa”, publicado em 2023.

Por trás desses eventos há toda uma engrenagem econômica em funcionamento, que injeta recursos na hotelaria, na gastronomia, no comércio, no transporte, no setor de serviços e abre milhares de postos de trabalho qualificados, gerando um ciclo virtuoso de prosperidade. [...] Além de ajudar a movimentar a roda da economia, o segmento contribui decisivamente para construir nossa identidade, nossa diversidade e estimular o senso crítico individual e coletivo. (Folha de São Paulo, 2023)

O caso do Rock in Rio

Entre os agentes que melhor retratam o fenômeno de transformação da concepção de controle, apreendido a partir desta análise das reportagens na Folha de São Paulo, destaca-se a Rock World, na figura de Roberto Medina, criador do Rock in Rio. Após ter sofrido duras críticas do jornal por utilizar o mecanismo mesmo tendo capacidade mercadológica comprovada - além de outros escândalos envolvendo a sua passagem na legislação -, em 2023, uma entrevista publicada por Leonardo

Lichote⁸ representa um novo momento da relação entre ambos. Além de optar por não citar nenhuma das diversas denúncias relacionando o Rock in Rio ao mecanismo nos anos de 2013, 2015, 2016 e 2017, o Jornal ainda associa o evento à democracia e ao Desenvolvimento Sustentável, materializado no discurso do próprio Medina, com a matéria intitulada “Fazer o bem dá lucro”.

A primeira citação do evento associado à Lei Rouanet dentro do período analisado foi em setembro de 2013. A matéria “Rock in rio capta R\$8,8 mi via Lei Rouanet” denuncia que, embora tenha tido um parecer técnico desfavorável à sua realização por conta do seu potencial lucrativo, o projeto foi aprovado pelo Ministério da Cultura para captação de recursos por meio de incentivo fiscal, tendo angariado até aquele momento R\$ 8,8 milhões. Questionado, o Minc afirmou que tal restrição - de projetos com potencial lucrativo - não estava prevista em lei. Em 2015, o RIR voltou a aparecer nos jornais, desta vez devido a uma irregularidade normativa. O valor dos ingressos cobrados era R\$90 mais caro do que o permitido pelo Ministério. O assunto rendeu, só no mês de abril, quatro matérias publicadas na Folha de São Paulo, entre publicações informativas atualizando o caso, e artigos de opinião que, em geral, defendem, em tom imperativo, um posicionamento crítico no que tange à concepção de controle associada ao marketing cultural no patrocínio incentivado.

Já em fevereiro de 2016, o RIR aparece no grupo de “Política Executiva”, quando a Folha noticia que, após analisar a regularidade dos incentivos da edição de 2011 do RIR, “O TCU entendeu que, apesar de moralmente inaceitáveis, os incentivos não são ilegais” (Folha, 2016), motivo pelo qual o Tribunal decidiu proibir que projetos com potencial lucrativo sejam patrocinados por meio de isenção fiscal (decisão esta que nunca foi efetivamente levada a cabo em instruções normativas posteriores). No mesmo mês, mais três matérias são publicadas no veículo a respeito do tema, com destaque para os editoriais “Cultura do patrocínio” (sem autoria) e “Perversões culturais”, de Hélio Schwartsman, acusando a Lei Rouanet de ser “um instrumento perfeito para empresas que querem patrocinar a atividade cultural sem gastar muito com isso”, corroborando então com a visão do veículo de mídia: “Como esta Folha há muito defende, o estímulo estatal na área da cultura deve voltar-se às frentes de formação (bibliotecas, cursos, salas), à preservação do patrimônio histórico e a setores que não encontram sustentação no mercado” (Folha, 2016).

O discurso polêmico de Medina, derivado de uma entrevista à Folha, intitula a matéria “Rouanet não deveria apoiar porque o cara é pobrezinho” (Canônico, 2017a). Seu argumento é a versão extremada - quiçá meritocrática - de outros

⁸ Lichote, Leonardo. “Fazer o bem dá lucro”, diz criador do Rock in Rio. Folha de São Paulo, São Paulo, 02 nov. 2021. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50449&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6485941&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=e2625e0faf155e183a87ac23a2d4391c>> Acesso em 11 set. 2024.

projetos com “potencial lucrativo” que defendem o retorno econômico de suas realizações, utilizando uma acepção de cultura como segmento econômico, o que, à época, não parecia legítimo na perspectiva do jornal. Dois meses depois, Marco Aurélio Canônico, o entrevistador em questão, publica uma nova matéria na Folha, intitulada “Rock in Rio, um exemplo” (Canônico, 2017b), em que discorre sobre os pontos tratados na entrevista, ressaltando o sucesso econômico do festival enquanto produto e sua capacidade de geração de renda também para o município. Canônico não deixa de manifestar, ainda que implicitamente, sua contrariedade em relação à controversa passagem do projeto pelo mecanismo de incentivo fiscal.

Seis anos depois, o Rock in Rio é novamente o tema central de uma matéria da Folha. O título da publicação, “Fazer o bem dá lucro, diz criador do Rock in Rio” (Lichote, 2021), dá o tom da repaginação discursiva do empresário, mas também do próprio jornal em relação ao evento. Do tabu da explicitação (Bourdieu, 2008) à valorização do lucro como retorno da filantropia, o texto publicado pela Folha e assinado por Leonardo Lichote, parece um aceno de paz entre o jornal e o festival. Do polêmico primeiro encontro do jornal com o empresário de 2017, se manteve apenas a recusa de Medina em explicitar seu posicionamento político.

Vencidas as constantes ameaças de golpe de Estado da gestão Jair Bolsonaro, a construção narrativa da matéria demonstra uma tentativa de associar o festival e o próprio Medina a princípios democráticos, expondo a experiência do empresário como filho e sobrinho de ex-presos políticos da ditadura militar. Embora Lichote cite o “breve” apoio do empresário ao ex-presidente, ao falar sobre política, Medina afirma que o Brasil está recuperando os rumos da democracia, citando a retomada da Lei Rouanet como um sinal de que o governo está trabalhando. O tom é de um entusiasmo polido, substancialmente diferente do Medina contrariado que vimos em 2017.

Curiosamente, o jornal opta por não fazer nenhuma menção ao histórico do evento na Lei, anistiando o Rock in Rio pelas práticas “moralmente inaceitáveis” de outrora. Diferentemente da entrevista anterior, com formato direto de perguntas e respostas, esta matéria conta uma história, a qual é incorporada com citações diretas a falas do entrevistado, formato que propicia a identificação do leitor com a figura de Medina. Naquele ano (2023), o RIR incorporou gêneros musicais nunca antes presentes na história do festival, após o empresário ter afirmado anos antes que achava que o sertanejo não tinha “a ver” com o evento, além de ter falta de “afinidade” com a música da cantora Anitta, com a ressalva de que, ao ir para um caminho “mais pop”, a artista estava se aproximando do Rock in Rio (Folha, 2017).

Em tom de crítica amigável, o jornalista aponta ainda que os valores dos ingressos representam uma barreira aos “ideais democráticos” do empresário, que, por sua vez, afirma ter consciência do fato, tido como inevitável para garantir a qualidade e sustentabilidade financeira do festival. Sem abandonar a sua visão estratégica de mer-

cado, tendência característica do discurso empresarial relacionado ao desenvolvimento sustentável (Sartore, 2012; Seidl e Barreiros, 2024), Medina se coloca como um dos porta-vozes da Sustentabilidade Empresarial, defendendo-a como um caminho inevitável para a maximização do lucro. Como que para reforçar a “consciência democrática” de Medina: “É burrice do capitalista extrativista não entender que vai ser melhor para ele que as pessoas que hoje passam fome melhorem de vida e se tornem consumidores [...] Fazer o bem dá lucro[...]” (Folha, 2023).

O caso do Rock in Rio anda lado a lado com a transformação discursiva da Folha em relação à Lei Rouanet, a qual está associada às transformações na concepção de controle do mercado analisado. Partindo de um histórico marcado por polêmicas relacionadas a uma suposta controvérsia entre o potencial lucrativo do festival (ou da marca RIR) e a utilização do mecanismo de incentivo fiscal como fonte de captação, a relação do Jornal com o projeto é radicalmente transformada com a entrevista de 2023. Muito embora não haja mais “motivos” para a animosidade, visto que desde 2015 o Rock in Rio não utiliza o mecanismo, a escolha do Jornal em escamotear este histórico, é mais uma manifestação da existência de uma nova “agenda positiva” associada ao mesmo. Não só a Folha esteve sujeita a tais transformações, mas o próprio Medina, que como parte do grupo social de “proponentes profissionais” (Jordão e Allucci, 2012) apresenta agora uma identidade de “empresário sustentável” (Seidl e Barreiros, 2024), a qual é orientada por princípios de democratização e filantropia, e, convenientemente, de fomento da cultura.

IV. Considerações finais

A Lei Rouanet, embora não seja a única ferramenta de incentivo à cultura, é a mais discutida tanto no debate público quanto na academia. Este artigo enfocou as dinâmicas de troca que surgiram após sua implementação, especialmente a repercussão do mercado de patrocínios culturais incentivados no principal jornal do país, a Folha de São Paulo. A investigação histórica sobre as produções jornalísticas contribui para o enriquecimento da análise sociogenética do mercado de patrocínios culturais incentivados, considerando os contextos políticos e econômicos de cada período. Em específico, a análise de um *corpus* composto por matérias publicadas na Folha entre 2013 e 2023 permitiu apreender melhor o terreno das trocas linguísticas relacionadas à Lei Rouanet: desde as estratégias publicitárias na Folha e o papel do Estado, passando pela emergência de uma agenda política conservadora e a transformação discursiva das publicações do jornal; até a relevância do ideário da “sustentabilidade” para uma nova concepção de controle que busca resgatar a legitimidade do mercado.

Os resultados encontrados ao longo da pesquisa demonstram, principalmente, que não apenas a demanda advinda das empresas incentivadoras orienta a concepção de controle (ancorada no ideário da sustentabilidade) neste mercado, mas as condições sociais de produção discursiva também são favoráveis ao desenvolvimento de novas convenções e regras no âmbito da Lei Rouanet. E é justamente nesta direção que o principal jornal do país entra em cena como espaço de produção e difusão de discursos, em um movimento orquestrado no sentido da reparação da legitimidade do mecanismo aos olhos da sociedade, após a sistemática desqualificação do mesmo pelo movimento bolsonarista entre 2018-2022. A pesquisa oferece elementos para compreender, portanto, como que, após ter sobrevivido a uma série de ataques simbólicos e institucionais, a Lei Rouanet passa a ser inserida em uma conjuntura política favorável à difusão de uma agenda centrada não mais no *bottom line* prescrito pelos manuais de marketing cultural, mas nas ideias de “sustentabilidade” e de “economia criativa” como núcleo de uma nova concepção de controle.

REFERÊNCIAS

- BARREIROS, B. C. Uma pragmática sociológica? Sobre as possibilidades da análise das práticas discursivas a partir de Bourdieu. **Sociologia & Antropologia**, v. 13, p. e200120, 2023.
- BELEM, M. P. **Cultura e Responsabilidade empresarial: Uma análise das ações Culturais de R.S.E – O caso da Petrobras e do Grupo Votorantim**. Dissertação (Mestrado) – UFSCar, 2010.
- BELEM, M. P.; DONADONE, J. C. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. **NORUS - Novos Rumos Sociológicos**, v. 1, n. 1, p. 51-61, 2013.
- BOTTA, E. N. N.; DONADONE, J. C. Consultorias em Sustentabilidade: polarizações e representatividades de um mercado crescente. **Gestão & Produção**, v. 21, n. 4, p. 719-731, 2014.
- BOURDIEU, P. *Le capital social: notes provisoires. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 31, jan. 1980.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.
- BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política e Sociedade**, v. 6, p. 15–57, 2005.
- BOURDIEU, P. **As estruturas sociais da economia**. Porto: Campo das Letras, 2006.
- BOURDIEU, P. É possível um ato desinteressado? e A Economia dos Bens Simbólicos. In: _____. **Razões práticas: Sobre a Teoria da Ação**. 9. ed. Campinas: Papirus Editora, 2008. p. 137-194.

CARNEIRO, M. S. A construção social do mercado de madeiras certificadas na Amazônia brasileira: a atuação das ONGs ambientalistas e das empresas pioneiras. **Sociedade e Estado**, v. 22, n. 3, p. 681-713, 2007.

CATANI, A. M.; NOGUEIRA, M. A.; HEY, A. P.; MEDEIROS, C. C. C. **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2024.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DEZALAY, Y. *De la défense de l'environnement au développement durable: l'émergence d'un champ d'expertise des politiques européennes. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 166-167, p. 66-79, 2007.

FLIGSTEIN, N. Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. **Contemporaneidade e Educação**, v. 6, n. 9, p. 26-55, 2001.

GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 20, p. 5-44, 2003.

JARDIM, M. A. C.; MOURA, P. J. C. A construção social do mercado de dispositivos de redes sociais: a contribuição da sociologia econômica para os aplicativos de afeto. **Revista Tomo**, v. 30, p. 151-197, 2017.

JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R. **Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2011|2012**. São Paulo: Allucci & Associados, 2012.

LOPES, R. A. **A Sustentabilidade no mercado de patrocínios culturais incentivados: novas diretrizes, novos discursos**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal da Bahia para título de mestra em Ciências Sociais. Salvador: 2024.

MICHETTI, M. A definição privada do bem público: a atuação de institutos empresariais na esfera da cultura. **Cadernos CRH (Online)**, v. 29, p. 513-534, 2016.

MICHETTI, M.; BURGOS, F. Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 582-604, 2016.

MICHETTI, M. O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político. **Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar**, v. 7, n. 1, jan.-jun., p. 119-146, 2017.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.). **Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

OLIVIERI, C. G. **Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura.** São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

PEDROSO NETO, A. J. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros: gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 23, p. 133-152, 2015.

PEDROSO NETO, A. J.; UNDURRAGA, T. *The elective affinity between elite journalists and mainstream economists in Brazil.* **Journalism Studies**, v. 19, n. 15, p. 2243-2263, 2018.

PINTO, T. **Comunicação empresarial e patrocínio cultural incentivado: uma análise sob a ótica das críticas à Lei Rouanet.** Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

SALVARANI, R. **As marcas e a música: um estudo de caso sobre o programa de patrocínio Natura Musical.** Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

SARTORE, M. S. Da filantropia ao investimento socialmente responsável: novas distinções. **Caderno CRH**, v. 25, n. 66, p. 451–464, set. 2012.

SEIDL, E.; BARREIROS, B. C. Sobre elites e instituições: caminhos de pesquisa. **Estudos Históricos**, v. 37, n. 81, p. e20240108, 2024.

STEINER, P. A doação de órgãos: a lei, o mercado e as famílias. **Tempo Social**, v. 16, n. 2, p. 101-128, 2004.

SWEDBERG, R. *Markets in society.* In: SWEDBERG, R.; SMELSER, N. (Ed.). **The handbook of economic sociology.** 2. ed. New York: Princeton University, 2005. p. 233-253.

WEBER, M. **Economia e sociedade.** v. 1. Brasília: UnB, 1991.

FONTES CONSULTADAS

AMORA, Dimmi. TCU Proíbe Lei Rouanet para projetos lucrativos. Folha de S. Paulo, São Paulo. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20490&keyword=Rock%2CRio%2CLEi%2CRouanet&anchor=6014753&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=3f10706d6796657f15178519be49154f>> Acesso em 11 set. 2024.

ANDUZE, Mathieu; MAYER, Raphael. **Inteligência de dados ajuda o investimento social no país.** Folha de S. Paulo, São Paulo, 04 out. 2022. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50054&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6464648&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=1a46d7190a24cb833d37932dd12f5b9a>> Acesso em 11 set. 2024.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília, 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313compilada.htm. Acesso em: 15 set. 2023.

CANÔNICO, Marco Aurélio. **Rouanet não deveria apoiar porque o cara é pobrezinho**. Folha de São Paulo, São Paulo, 22 jul. 2017a. Disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/16gryQpRp9CPoKGScMfDpNqMrJ3mDAK6cIg8Umo_RJnQ/edit?gid=1692315644#gid=1692315644> Acesso em 11 set. 2024.

_____. **Rock in Rio, um exemplo**. Folha de São Paulo, São Paulo, 14 set. 2017b. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=47983&keyword=Lei%2CRouanet%2CRock%2CRio&anchor=6064139&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=8bf3447f6ac3d2d161f586842cc896be>> Acesso em 11 set. 2024.

Cultura do patrocínio. Folha de São Paulo, São Paulo, 06 fev. 2016. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20492&keyword=Lei%2CRouanet&anchor=6014994&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=3c2fb62ecddc5778ab2c79c956705150>> Acesso em 11 set. 2024.

Ferreira, Juca. **Organização social pode agilizar gestão pública na cultura**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 fev. 2015. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20134&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5980474&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=6ce4d23e1671b2d422191785b77f7192>> Acesso em: 11 set. 2024.

FOLHA DE SÃO PAULO. Leitor da Folha é ultraqualificado, mostra pesquisa. São Paulo, 17 out. 2011. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/paineldoleitor/2011/10/991055-leitor-da-folha-e-ultraqualificado-mostra-pesquisa.shtml>. Acesso em: 10 mai. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Empresa usa Lei Rouanet para ações de marketing nas ruas de São Paulo. São Paulo, 28 mai. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/05/empresa-usa-lei-rouanet-para-acoes-de-marketing-nas-ruas-de-sao-paulo.shtml>. Acesso em: 10 mai. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Folha é o jornal mais nacional do país e o de maior audiência e circulação. São Paulo, mar. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/folha-e-o-jornal-mais-nacional-e-o-de-maior-audiencia-e-circulacao.shtml>. Acesso em: 16 abr. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Leitor tem renda e escolaridade altas. São Paulo, dez. 2000. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/quem_e_o_leitor.shtml. Acesso em: 02 set. 2023.

FOLHA DE SÃO PAULO. O futuro do investimento social no Brasil. São Paulo, out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/papo-de-resposta/2022/10/o-futuro-do-investimento-social-no-brasil.shtml>. Acesso em: 12 mai. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. A força da indústria criativa. São Paulo, set. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2023/09/a-forca-da-industria-criativa.shtml>. Acesso em: 12 mai. 2025.

Genestreti, Guilherme. **Flip gera retorno de R\$46,9 milhões, diz estudo da FGV.** Folha de S. Paulo, São Paulo, 30 jul. 2018. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48391&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6094910&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=be6d3684b21708eb1ac961ad6755f212>> Acesso em 11 set. 2024.

Junior, José Cláuver de Aguiar. **Leis de Incentivo.** Folha de S. Paulo, Painel do Leitor, São Paulo, 02 mai. 2015. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20212&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5989087&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=12d5e6f9d43f63c48884589854651f64>> Acesso em 11 set. 2024.

LICHOTE, Leonardo. **“Fazer o bem dá lucro”, diz criador do Rock in Rio.** Folha de São Paulo, São Paulo, 02 nov. 2021. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50449&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6485941&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=e2625e0faf155e183a87ac23a2d4391c>> Acesso em 11 set. 2024.

PAMPLONA, Patrícia. **Com tecnologia, startup democratiza aplicação de recurso de renúncia fiscal.** Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 nov. 2018. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48524&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6105307&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=1d7a9772c0e16a3a4034620b2da344e6>> Acesso em 11 set. 2024.

RODRIGUES, Rebeca Gelse. **Lei Rouanet.** Folha de S. Paulo, Painel do Leitor, São Paulo, 25 nov. 2018. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48538&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6106194&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=36a7e73db645fc2b25d4a7335498720a>> Acesso em 11 set. 2024.

ROSA, Jader. **A Força da Indústria Criativa.** Folha de S. Paulo, São Paulo, 21 set. 2023. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50407&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6483600&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=12d5657a9d43b8311820a33331f3db63>> Acesso em 11 set. 2024.

SOUSA, Ana Paula. Velhas atitudes emperram uso de alternativas à Lei Rouanet. Folha de S. Paulo, São Paulo, 25 ago. 2019. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48861&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6127278&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=803e86ea3d3110c565ede86f5943d1ab>> Acesso em 11 set. 2024

Schwartzman, Hélio. **Perversões culturais**. Folha de São Paulo, São Paulo, 09 fev. 2016. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20495&keyword=Lei%2CRouanet&anchor=6015108&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=da4e1f774dcc90ec13ed622e6b537170>> Acesso em 11 set. 2024.

VETTORAZO, Lucas. **Eletrobras reduz verba de apoio ao teatro**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 02 abr. 2013. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=19452&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5863997&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=ed9d01711f67cc53519c7b8820d9beda>> Acesso em 11 set. 2024.

WAGNER, Odilon et al. **A Lei Rouanet em seu devido lugar**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 19 dez. 2022. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50130&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6470099&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=e3bf222fef8cdba76f0619a6770bf0a3>> Acesso em 11 set. 2024.

EL PERIODISMO DE DATOS Y LOS
USOS DE INDICADORES DE BUENA
GOBERNANZA Y CALIDAD INSTITUCIONAL
EN ARGENTINA (1996-2018).

*DATA JOURNALISM AND THE USES OF INDICATORS
OF GOOD GOVERNANCE AND INSTITUTIONAL
QUALITY IN ARGENTINA (1996-2018).*

*O JORNALISMO DE DADOS E OS USOS DE
INDICADORES DE BOA GOVERNANÇA E QUALIDADE
INSTITUCIONAL NA ARGENTINA (1996-2018).*

*Nicolás Vladimir CHUCHCO**

RESUMEN: Este trabajo analiza cómo los indicadores de calidad institucional y gobernanza son difundidos en la prensa argentina, enfocándose en el diario La Nación por su extensa cobertura entre 1996 y 2018. El objetivo principal es estudiar cómo el concepto de “gobernanza” se convirtió en parte del discurso público, especialmente en sectores políticos y medios gráficos. Se utilizó un corpus de más de mil notas periodísticas que contenían referencias a rankings de calidad institucional. La metodología combinó análisis cuantitativo de contenido y entrevistas a informantes clave. Los resultados muestran que el uso del término gobernanza creció durante el período, aunque de forma desigual. Mientras que las noticias presentan una cobertura de temas locales e internacionales, las editoriales adoptan un enfoque normativo centrado en lo gubernamental. El estudio concluye que los medios, a través de estos indicadores, contribuyen activamente a la construcción de discursos políticos y a la legitimación de visiones ideológicas.

PALABRAS CLAVE: Periodismo de datos. Calidad Institucional. Buena Gobernanza

* Profesor Adjunto e Investigador de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF). Centro Interdisciplinario de Estudios Avanzados (CIEA). Sáenz Peña, Argentina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3450-201X>. E-mail: nchuchco@untref.edu.ar.

ABSTRACT: *This paper analyses how indicators of institutional quality and governance are disseminated in the Argentinean press, focusing on the newspaper La Nación for its extensive coverage between 1996 and 2018. The main objective is to understand how the concept of ‘governance’ became part of the public discourse, especially in right-wing political sectors. A corpus of more than a thousand newspaper articles containing references to institutional quality rankings was used. The methodology combined quantitative content analysis and informant interviews. The results show that the use of the term governance grew during the period, albeit unevenly. While news stories present a broad coverage of local and international issues, editorials adopt a normative, government-centred approach. The study concludes that the media, through these indicators, actively contribute to the construction of political discourses and to make legitimate ideological visions.*

KEYWORDS: *Data Journalism. Institutional Quality. Good Governance.*

RESUMO: *Este artigo analisa como indicadores de qualidade institucional e governança são divulgados na imprensa argentina, com foco no jornal La Nación por sua extensa cobertura entre 1996 e 2018. O principal objetivo é entender como o conceito de “governança” passou a fazer parte do discurso público, especialmente nos setores políticos de direita. Foi utilizado um corpus de mais de mil artigos de jornal contendo referências a rankings de qualidade institucional. A metodologia combinou análise de conteúdo quantitativa e entrevistas com informantes. Os resultados mostram que o uso do termo governança cresceu no período, ainda que de forma desigual. Enquanto as notícias apresentam uma ampla cobertura de questões locais e internacionais, os editoriais adotam uma abordagem normativa e centrada no governo. O estudo conclui que os media, através destes indicadores, contribuem ativamente para a construção de discursos políticos e para a legitimação de visões ideológicas.*

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo de dados. Qualidade Institucional. Boa Governança.*

Introducción: la prensa gráfica como ámbito de difusión de noticias e indicadores sobre gobernanza y calidad institucional.

En las últimas décadas hemos sido testigos de la proliferación y difusión de una multiplicidad de indicadores pensados para objetivar y medir la calidad institucional de los países (Arndt; Oman, 2006; Broome; Quirk, 2015). Esto se explica en parte por la consolidación de las ideas del neo institucionalismo económico, mediante el cual un sector levemente alejado de la ortodoxia económica comenzó a destacar como motor de desarrollo al marco institucional de los países (Acemoglu; Johnson; Robinson, 2005; North, 1990a, 1990b). Los Organismos Internacionales de

Crédito (OIC) no fueron ajenos a estas ideas, de modo tal que los magros resultados de las reformas estructurales de los 90s para países como Argentina se explican ahora por los marcos institucionales deficientes: las instituciones “importan” (Fine; Waeyenberge, 2007). Es a partir de allí que se produjeron una multiplicidad de indicadores pensados para medir aspectos como la percepción de la corrupción, facilidades para hacer negocios, cumplimiento de estado de derecho y otros aspectos institucionales (Arndt, 2008).

Si bien hay bastantes indicadores de este tipo, muchos usuarios (OICs, inversores, Organizaciones Internacionales No gubernamentales-OINGs-, etc.) se apoyan en un grupo determinado de ellos, basados mayormente en la percepción subjetiva del clima de negocios (Erkkilä; Piironen, 2014; Seligson, 2006), obstruyendo las tensiones de poder, y promoviendo acciones para el aseguramiento de la propiedad privada, la seguridad jurídica de las inversiones y una economía de mercado abierta para reducir costos.

A partir de 1990 emerge la literatura sobre la “gobernanza”, un concepto adaptable a múltiples significados que se refiere a grandes rasgos a los cambios actuales que corren del eje a una autoridad jerárquica y centralizada de gobierno, que antes tomaba decisiones sobre políticas públicas, para dar lugar a las relaciones de éste con una pluralidad de actores, dando cuenta de la interdependencia entre ellos y de la mayor incidencia de organizaciones de la sociedad civil y del mercado en las políticas públicas (Zurbriggen, 2011a), a través de procesos complejos y redes entre organizaciones formales, que poseen cierta autonomía (Rhodes, 1997). Sin embargo, la interpretación que organismos como el Banco Mundial y otros (BID, OCDE, PNUD) hacen de la gobernanza ha sido la noción predominante en Latinoamérica (Zurbriggen, 2011b)¹.

Pese a las críticas metodológicas y teóricas que se han suscitado en torno a estos indicadores, los analistas, los decisores de políticas públicas, los periodistas y los funcionarios suelen considerarlos como representaciones válidas de la realidad social, siendo los nutrientes que alimentan las visiones y las prácticas de expertos, empresarios y científicos sociales. De esta forma los conocimientos especializados y el lenguaje experto que legitiman la credibilidad de estas técnicas se asocian fuertemente con las exigencias del mercado internacional para países emergentes, dando forma a instituciones pro-mercado, obturando senderos de desarrollo autónomos y alejando progresivamente de la discusión a organizaciones que antaño participaban en los debates en torno a estas temáticas como universidades, sindicatos, partidos políticos tradicionales, entre otros (Botto, 2011; Camou, 1997; Dezalay; Garth, 2003; Heredia, 2012; Pestre; Weingart, 2009).

Otros trabajos dentro de los estudios del sub campo del periodismo económico (Marchetti, 2005; Pedroso, 2015), han mostrado las presiones del proceso de

¹ Para acceder a distintos tipos y acepciones por parte de estos organismos consúltase Autor (2022)

“financiarización” de las noticias en Brasil (Undurraga, 2017), lo que implica que el periodismo produzca noticias para el mercado en vez de para el público general, mientras que otros trabajos han adoptado un enfoque relacional para el análisis de economistas columnistas en periódicos de Brasil (Perissinotto et al., 2024; Vieira; Chiaramonte, 2020), el estudio de las relaciones de financiamiento entre OINGs y OICs para el caso de Argentina (Chuchco, 2020, 2022), y de distintas OINGs y sus redes de relaciones en Brasil y Francia (Comet, 2019; Vieira; Chiaramonte, 2021) por citar algunos ejemplos².

Para el caso de Argentina existen valiosos antecedentes acerca del estudio de la construcción y la circulación de indicadores económicos y financieros, como el Riesgo País (De Santos, 2010), o bien que abordan el uso de léxico “experto” como mecanismo de poder (Aronskind, 2007), como los economistas lograron entronarse en una posición de poder junto con los centros privados de “expertise” (Heredia, 2012, 2015), la relación entre intelectuales, expertos y procesos de internacionalización y desarrollo (Neiburg; Plotkin, 2004a, 2004b), así como las relaciones entre expertos y dinámicas organizacionales implicadas en las reformas de los 90 en Argentina (Beltran, 2012).

Si bien muchos indicadores económicos han sido estudiados desde distintas perspectivas como la sociología política (Heredia, 2015; Lorenc Valcarce; Vommaro, 2020) y la sociología de la cuantificación (Daniel; Vommaro, 2016; Espeland, 2016)³, poca literatura aborda la manera en que los indicadores aquí propuestos se difunden en el ámbito local.

El propósito de este trabajo es indagar acerca de cómo los indicadores de calidad institucional y gobernanza son reproducidos y difundidos en la prensa argentina, tomando como caso central las publicaciones del diario La Nación. Se decidió acotar el análisis a este periódico por ser el que mayor espacio dedicó a estos temas durante las últimas tres décadas, y porque fue identificado como un referente en la temática por actores clave, debido a su cobertura extensa sobre datos agregados relacionados con gobernanza.

El objetivo principal de este escrito es entonces examinar cómo los indicadores de calidad institucional y el concepto de “gobernanza” (Dellepiane Avellaneda, 2009; Zurbriggen, 2011b) logran propagarse por fuera del ámbito de expertos en políticas públicas, donde se originó, para convertirse en términos de uso cotidiano en la opinión pública y en ciertos sectores políticos identificados con sectores alejados del progresismo. A su vez, se buscó analizar la intencionalidad e ideología política de determinados medios de comunicación (diario La Nación), a partir de sus notas editoriales.

² Desde luego no pretendemos ser exhaustivos.

³ La cual considera que los indicadores son una forma de representación de un modelo conceptual donde los presupuestos cognitivos vinculados a la acción de medir desplazan a los debates sobre la operacionalización de los mismos (DANIEL, 2015).

El presente trabajo, el cual es un desprendimiento de investigaciones previas de mi autoría⁴, analiza un corpus de más de mil notas periodísticas del diario La Nación, publicadas entre 1996 y 2018. El recorte temporal abarca desde el año 1996 (comienzo de la crisis de la convertibilidad y primeras apariciones del término gobernanza) hasta el 2018 (año en que Argentina retorna al FMI). El criterio de selección de estas notas fue que contuvieran información relacionada con rankings de calidad institucional y la buena gobernanza, ya fuera en cualquier sección o en editoriales del periódico.

Las herramientas metodológicas que hemos utilizado incluyen el análisis cuantitativo de contenido, y la construcción de categorías analíticas que incorporen tanto el contenido de notas como entrevistas realizadas a informantes clave (periodistas de La Nación Data y otros medios, Organizaciones Internacionales No Gubernamentales- OINGs-, Funcionarios y representantes de OICs), cuya identidad se mantiene en anonimato pautado.

La difusión de los Rankings y la *Good Governance* en Argentina.

El caso argentino no ha sido una excepción a la proliferación y circulación de indicadores de calidad institucional (CI) en el mundo y es por eso que el propósito de este texto es examinar la forma y la intencionalidad en que cierto tipo de indicadores se reproducen y difunden mediáticamente, más precisamente en la prensa gráfica. Para examinar la forma y la intencionalidad en que este tipo de indicadores (que si bien no son estrictamente económicos como el Riesgo País, el *Doing Business*, etc. mantienen numerosos puntos de contacto) se reproducen y difunden mediáticamente hemos relevado noticias periodísticas que contengan términos asociados a indicadores de calidad institucional, como a la palabra “gobernanza” en los diarios de mayor audiencia de Argentina: La Nación, Clarín, e Infobae, siendo el primero el que mayor espacio otorga a este tipo de notas en el período analizado. Coincidentemente este periódico fue señalado como referente en la temática por parte de los entrevistados, al asignarle relevancia editorial a la publicación de este tipo de datos. Esto último se fundamenta en que es un medio pionero en la conformación de un área específica dedicada a la difusión y producción de datos: La Nación Data⁵.

Por ello, hemos tomado la decisión metodológica de acotar el análisis de las notas del diario La Nación. Esto se fundamenta en los motivos señalados más arriba, y también en la necesidad de delimitar el corpus a analizar, dejando abierta para futuras investigaciones la indagación acerca de cómo la gobernanza y CI se construye en otros medios (p.e. la revista Mercado, Fortuna, el diario Clarín entre otros) con la ayuda de este tipo de indicadores.

⁴ Al respecto consúltese Chuchco (2020, 2022).

⁵ Consúltese el sitio en <https://www.lanacion.com.ar/data>.

Un análisis pormenorizado sobre estas notas nos proporciona un panorama sobre cómo un concepto trasciende la especificidad del ámbito de los expertos de las políticas públicas donde se inició, para instalarse como un vocablo cotidiano dentro de la opinión pública y determinados sectores políticos, impulsada por el periodismo de datos y notas editoriales. En primer lugar clasificamos y analizamos la evolución de las notas de este estilo a lo largo de estos años. Para el análisis cuantitativo de datos textuales nos hemos servido del programa *AntConc* (Anthony, 2019), mientras que para el análisis cualitativo de contenido como para la información surgida de las entrevistas se utilizó el programa *Atlas.ti*.

El diario La Nación y el periodismo de datos.

Al consultar a los informantes entrevistados sobre cuáles eran los medios gráficos que difunden en mayor medida este tipo de notas, el diario La Nación fue mencionado con especial énfasis, en especial en relación al “periodismo de datos” (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Fink; Anderson, 2015; Gray; Bounegru; Chambers, 2012). Los periodistas entrevistados manifestaron ante esta pregunta que “...La Nación lidera mucho el manejo de estadísticas y rankings, que son interesantes...”, o bien que “La Nación me parece que lidera, Infobae...después”.

La sección La Nación Data fue creada en octubre de 2010⁶, e incluye un blog de periodismo de datos abiertos, páginas en redes sociales y publicación de notas en la edición impresa y digital. Esta última contiene visualizaciones que pueden ser reutilizadas y compartidas, lo que implica la participación de programadores, expertos en sistemas de información geográfica, diseñadores gráficos y periodistas. Asimismo mantiene relaciones de consulta y participación con ONGs locales e internacionales, así como con organismos públicos y usuarios individuales de la plataforma.

Si bien tanto el periodismo de datos como el económico comparten el hecho de entronizar al dato como una fuente indiscutible de legitimidad, se diferencian en la amplitud de temas que puede abordar el primero, mientras que el segundo se centra en temas económicos y financieros.

En el caso de informantes pertenecientes a Agencias de Desarrollo se constató idéntica aseveración, cristalizada en la siguiente afirmación, resaltada por el departamento de datos “...en Argentina creo que hay mucho contacto con La Nación, sobre todo porque tiene La Nación Data. Y el repositorio ese es genial [sic], yo no soy la especialista en comunicación pero sé que salen notas en La Nación y en Clarín, sobre todo del Banco Mundial.”.

En este sentido se afirma que “...las editoriales [del diario La Nación] están bien armadas, te diría que es lo más serio más allá de que ideológicamente pueda

⁶ Dicha plataforma puede consultarse en <http://interactivos.lanacion.com.ar/rankings/> [último acceso 30/04/2025].

coincidir o no en algunas cosas.”. Prácticamente todos los entrevistados consultados ubicaron al diario La Nación Data como primera mención que, como veremos, cumple una importante función en la difusión y reproducción de estos indicadores. Desde luego la información digital sin papel basada en algoritmos acelera y amplía estos procesos, con implicaciones para el alcance de las relaciones sociales (HANSEN, 2015). De esta forma, se ponen a disposición del lector estos datos, los cuales han pasado por un proceso mediante el cual se los vuelve atractivos, utilizables, para que el lector sea también un usuario y se sienta parte al poder utilizarlos formándose una visión de la realidad que no discute la naturaleza del constructo ni las tensiones políticas que pueden entrañar, ya que son producto de la evidencia (Vieira; Chiaramonte, 2020). A la vez esos datos no provienen de un lector promedio sino que provienen en mayor medida de las percepciones de la comunidad de negocios y expertos.

Al consultar a los entrevistados sobre a quienes consideraban que se dirigían este tipo de notas sobre gobernanza y calidad institucional, o bien qué opinión tenían sobre la cobertura que se les daba a estas noticias, nos encontramos con respuestas dispares. Para los informantes del ámbito periodístico el público al que apuntan estas notas resultó ser “especializado”, lo que redundaba en un público experto, o una comunidad cerrada. Al respecto, una fuente clave relacionada al periodismo de datos del diario afirmó que estas notas se dirigen...

...por un lado, para el público de La Nación y, por otro lado, un público un poco más técnico que es el de la comunidad de datos abiertos o *data science*, o gente que está estudiando políticas públicas, muchas cosas las hacemos en el blog de La Nación Data, difundimos indicadores por ejemplo el de *Open Knowledge Foundation*, los de transparencia, por ahí es una nota que para el diario, es como que estaría dos segunditos en *home* o estaría muy poquito en *home* [en la página principal de internet del diario], pero sabemos que si vamos al *blog* la comunidad está interesada en eso, entonces directamente sabemos que vamos a tener como un consumidor fijo y fiel ahí.

La referencia al público usuario como “consumidor fijo y fiel” forma parte del proceso de categorizar al lector como consumidor, introduciendo lógicas pro mercado legitimadas sin siquiera ponerlo en duda. Además, la fuente de prensa categoriza al público receptor también como “académico”, y entre el público general menciona a “beneficiarios” o personas “curiosas”, además de público experto que está trabajando con estos datos.

En paralelo, otra fuente periodística ubicada en un espectro ideológico diferente al que emana del diario La Nación indicó también que estas notas, sobre todo las de rankings, son dirigidas a un público reducido y limitado, para el cual la posición de Argentina en el ranking implica algún tipo de valor.

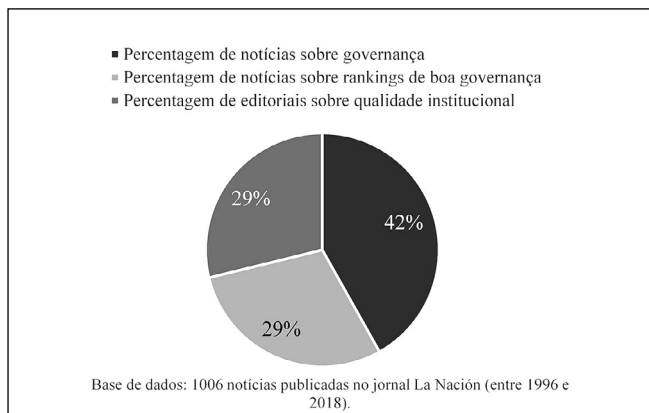
Particularmente creo que es algo que atañe más al círculo rojo... no imagino a ningún taxista o ferretero que se asombre o le importe que Argentina escaló cuatro posiciones en el ranking de transparencia o alguno así. Si me parece que en el mundo, en el círculo de las ONGs, de los gobiernos, de las empresas, pueden tener algún valor.

Ahora bien, las percepciones desde otros ámbitos ajenos al periodismo resultaron diversas. Desde el sector de las ONGs indicaron que las notas, sobre todo si incluyen rankings, pueden resultar de mayor interés, como afirma de esa manera una importante fuente de una OING local: "... el tema lo tratan, lo que pasa que no es un tema de tapa, no es un tema primordial. Pero sí lo tratan, sobre todo lo tratan cuando viene en forma de índice porque a la prensa le gusta [los rankings], todo o que tenga que ver con algo de eso les gusta."

Las noticias sobre "gobernanza" y "calidad institucional" en el diario La Nación.-

Como muestra el siguiente gráfico, se relevaron 1.006 notas periodísticas del diario La Nación entre 1996 y 2018, que cumplen con los parámetros de búsqueda, esto es, que contengan alguno de los vocablos "gobernanza" y/o "calidad institucional" (o expresión similar como "calidad de las instituciones", "buen gobierno", etc.), "rankings" de indicadores de calidad institucional, y/o notas editoriales (es decir que no estén firmadas por autor/es y expresen la opinión del matutino) en los que se halle cualquiera de los términos anteriormente expuestos.

Gráfico 1 – Total de noticias agrupadas por tipo (Ranking, Gobernanza y Calidad Institucional (CI) en editoriales (1996-2018).



Fuente: Elaboración propia

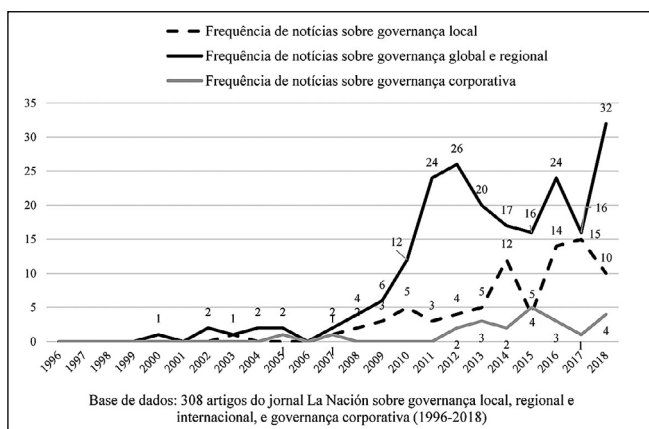
El 42% del total de notas relevadas que siguieron el criterio antes mencionado se agrupa en la categoría que indica el hallazgo de la palabra “gobernanza”. En dicho sentido se clasificó a este grupo de acuerdo a si se trataba de “Gobernanza General” (cuando aparece la palabra gobernanza indistintamente) y “Gobernanza Específica” (cuando hace referencia a la gobernanza en términos vinculados al buen gobierno y las instituciones públicas y políticas).

En cuanto a las categorías de “Ranking” y “Calidad Institucional (CI) en notas editoriales”, las mismas mostraron cantidades similares y por ende similar distribución porcentual, en torno al 29%.

Al analizar las notas del diario que contienen el término “gobernanza” puede decirse que, en principio, hay dos grandes divisiones, las que tratan el término para el ámbito de lo público y el gobierno, y las que tratan el término para ámbitos distintos. El mayor agrupamiento de notas se observó en las que hacen referencia a la “Gobernanza Global”. En segundo lugar, le siguen las de “Gobernanza no específica”. En tercer lugar se encuentran las notas referidas a “Gobernanza Local” vinculadas a la Argentina, ya sea por su cuestiones regionales, domesticas, o en comparación a otros países. Por último se ubica la categoría de notas que incluyen “Gobernanza Empresarial”.

Hemos clasificado a las notas de este grupo (gobernanza Específica) por año, para determinar si la aparición de este tipo de noticias ha sido homogénea a lo largo del período estudiado o bien presenta tendencias.

Gráfico 2 – Frecuencia de noticias sobre gobernanza específica, agrupadas en Local, Global/ Regional y Empresarial según año (1996-2018)



Fuente: elaboración propia.

Como se muestra en el gráfico anterior, puede verse como las notas sobre gobernanza global y/o regional (línea negra) son las más frecuentes, y por ende las

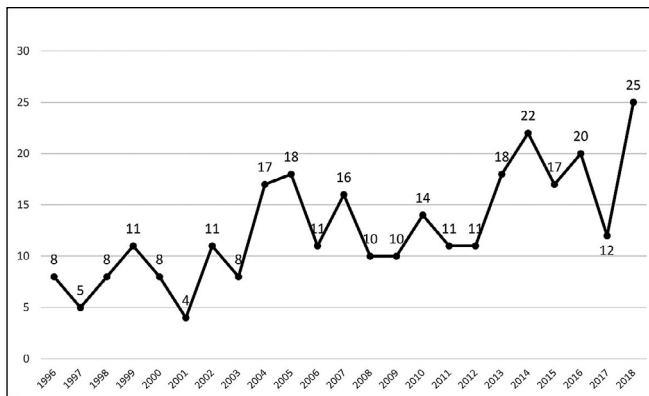
que apalancan en primer lugar a la totalidad de la categoría “Gobernanza Específica” en su ascenso a lo largo de los años.

En un segundo lugar se observa como la línea punteada (“Gobernanza Local”), aunque menor en términos absolutos que la subcategoría de “Gobernanza Global”, también muestra una tendencia a incrementar su frecuencia a lo largo del tiempo.

Al analizar el corpus textual de las notas de Gobernanza Local que componen esta categoría hemos encontrado que las palabras más mencionadas corresponden a referencias vinculadas a la *performance* del país y al gobierno argentino. Los significados que encarna el término gobernanza dentro de este grupo de notas son variados, y reflejan de alguna forma la plasticidad del concepto.

Las noticias referidas a los indicadores de calidad institucional muestran un crecimiento en la atención del periódico. De esta forma, se puede mostrar cómo los resultados de estos números incluyen el puesto o la posición de Argentina en estos rankings globales.

Gráfico 3 – Frecuencia de noticias que contienen rankings de indicadores de CI según año (1996-2018).



Fuente: elaboración propia

Como puede verse en el gráfico anterior, las noticias referidas a rankings de calidad institucional no muestran un comportamiento de crecimiento homogéneo. A diferencia del gráfico sobre las notas sobre gobernanza, las notas sobre rankings presentan características más irregulares, aunque con aumentos sustanciales de frecuencias en períodos electorales, sobre todo luego de la segunda presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y durante buena parte del mandato de Mauricio Macri.

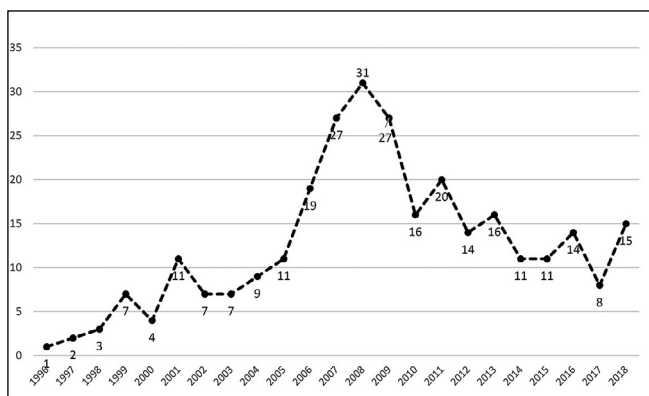
Del análisis de las 295 notas vinculadas a noticias que interpelan a rankings de calidad institucional, se desprenden dos tipos de notas principales. El primer tipo corresponde a noticias de difusión de rankings. El segundo tipo consiste en notas

que hacen referencia a los rankings, adhiriendo al marco normativo que los mismos proponen.

Las notas editoriales como la voz del diario.

Para abordar el corpus de notas de las editoriales del diario La Nación sobre gobernanza y calidad institucional nos referiremos al trabajo de Ricardo Sidicaro (1993), en el cual analiza las notas editoriales del periódico desde el año 1909 hasta el 1989. A partir de miles de notas editoriales reconstruye las tramas argumentales en las que se representan las ideas políticas del diario a partir del rol del Estado y sus relaciones con diversos sectores de la sociedad, las características de dichos sectores y lo que a esta trabajo corresponde señalar "...la conformación del sistema de representación política y la legitimidad de los actores que en él intervienen." (Sidicaro, 2010, p. 81). Las coincidencias encontradas con el estudio de referencia citado radican en la caracterización de la voz del diario, el cual implica interpelar el rol socialmente construido del periodismo (y ahora también OINGs) como vigilantes del Estado y las distintas administraciones gubernamentales. Pese a abarcar un período de tiempo distinto al abordado por Sidicaro, hemos visto la inclinación del diario con el sector agropecuario, una aproximación a los problemas que mira al Estado "desde arriba", y una explicación que provee al lector de una matriz cognitiva para ver la realidad con los ojos "correctos" (Sidicaro, 1993, p. 523). Ciertamente se observa un rol tutelar por parte del periodismo y las OINGs donde se evaluó no solo la acción del Estado sino también su rol, disputando poder.

Gráfico 4 – Cantidad de notas editoriales (La Nación) que contienen calidad institucional según año- Argentina, 1996-2018.



Fuente: elaboración propia

A diferencia de los gráficos de tendencia anteriores puede verse en este último una marcada acumulación de frecuencias entre los años 2007 y 2009, con un pico en el año 2008 signado por el conflicto con el sector agropecuario⁷.

No sorprende que las notas del diario se identifiquen con el sector agroexportador, y se diferencien de los sectores populares (Sidicaro, 2010), lo que coincide con la forma en que el diario construye las editoriales, combinando perspectivas explicativas y normativas en los relatos, y mirando a los actores “desde arriba” sin identificarse plenamente con ellos (Sidicaro, 1993, 2010).

Representaciones sobre el rol del periodista de datos.

Sin embargo se observa una intencionalidad en cuanto al rol del periodismo de datos de empujar procesos:

En general lo que pasa para mí es que queda mucho trabajo por hacer. Porque en el modelo de medios hoy no necesariamente es algo que va a dar clics, pero es algo que es de mucha importancia y relevancia no solo institucional sino para las personas. Entonces tenés que empujar esos procesos. Nosotros acá tenemos la suerte que como está el equipo de periodismo de datos y hay una decisión editorial en términos de todo lo que tiene que ver con indicadores de transparencia... de visibilizarlos. Vas a ver que hay un montón de notas, bueno siempre que sale lo de Transparencia Internacional hay una nota en La Nación. No es un proceso que tengamos que empujar pero si calculo que es como, estoy pensando en otros medios de comunicación, como que necesitas anclar eso en una historia para hacerlo vendible. Muchas veces lo que pasa con estos índices es que tienen mucho lenguaje técnico, y eso dificulta el tratamiento periodístico de la información.

La relevancia social de estos datos depende de que actores como el periodismo los traduzcan, contextualicen y visibilicen (Heilbron; Sapiro, 2007). Sin embargo, tal como advierte la periodista, esto implica “empujar procesos” dentro de un ecosistema mediático donde lo relevante muchas veces no coincide con lo que “genera clics” (Undurraga, 2017). Esto pone en evidencia un conflicto entre la lógica del mercado informativo y la función cívica del periodismo (y del periodismo de datos). Los indicadores de transparencia o gobernanza tienen un lenguaje técnico, están diseñados para especialistas, y requieren interpretación y anclaje narrativo para que tengan sentido en la audiencia, lo que denota una intervención activa en la

⁷ Un estudio sobre cómo este conflicto se representó en tres diarios argentinos puede consultarse en Zunino (2016).

construcción de la agenda pública y periodística. Es más, al indagar sobre el rol del periodismo de datos en estas incumbencias la persona entrevistada aclaró:

...nuestra tarea es como más de responsabilidad social, de velar porque todo este... o sea de lograr sociedades un poco más justas. Se te hace muy necesario divulgar, no solo divulgar o difundir sino anclar en historias a los indicadores [...] Me parece re importante tener indicadores de cosas, de cómo funciona la administración pública y como esto se ancla en la gente. [...] por qué cómo vas a incidir si no sabes sobre qué incidir.

Es así como se construye una estrategia discursiva de legitimidad a partir del involucramiento y la responsabilidad social, que la vez indica un tono de evaluación de la función pública. A esto se le suma la influencia de los organismos multilaterales en la consolidación de un discurso de apariencia autoevidente, fruto de ser un “banco de conocimiento” donde opera la lógica de la “gobernanza por los números” (Supiot, 2015), a partir de donde estas operaciones numéricas, junto con idea de transparencia, contribuyen a la “datificación” de la buena gobernanza (Hansen, 2015; Stone, 2013, 2015), describiendo nuevas formas de presión, legitimadas mediante un lenguaje experto presente en la fabricación y difusión de estos objetos cognitivos.

Como se mostró anteriormente un vocablo como “gobernanza” que era prácticamente ignoto en 1995, termina siendo *vox populi* para 2017. En referencia a un conflicto en la provincia de Santa Cruz, el entonces Presidente Mauricio Macri declaró que... “es causa de un desmanejo [sic] de muchos años” a lo que solicitó “volver a sincerar, ordenar, organizar la provincia, que está fuera de todo parámetro de gobernanza razonable” («Mauricio Macri: “Siempre estuve en contra...”», 2017). De esta manera un vocablo prácticamente inexistente a finales de la década de 1990 pasó a formar parte del vocabulario del diario y de distintos agentes de la política local, legitimando un rol de veedor y evaluador de administraciones gubernamentales para quien lo utilice.

El periodismo y la expertise.

Al triangular a las fuentes, se observó que los vínculos de cooperación entre ONGs y este medio exceden la formalidad de contratos. En dicho orden se mencionaron acuerdos formales e informales entre ONGs y medios periodísticos, que en palabras de un director de reconocida ONG se expresa claramente así: “...nosotros casi siempre entregamos primero la información [un informe anual sobre control de la corrupción] a Clarín y La Nación, que hacíamos no un acuerdo, pero le dábamos la información unos días antes y después a la mayoría...” (ONG2). Sobre esta

modalidad la descripción de esta operatoria por parte de un informante del equipo de datos del diario es la siguiente...

Uno de los que trabajamos siempre es el de TI, viste que ellos publican anualmente el informe y el capítulo argentino lo hace Poder Ciudadano y cuando están por lanzar el informe nos lo dan embargado, que lo tenemos pero no lo podemos difundir. Nosotros actualizamos el mapa y hacemos una nota sobre cómo mejoró o no la calificación de Argentina en el indicador. Después tenemos una página de rankings internacionales. Se reformuló la página [...] para darle una vuelta visual pero la idea es poner los datos en contexto. Entonces muchas veces para ver si Argentina está bien o está mal es comparación con qué o con quiénes. Entonces nos parece que publicar un dato por publicar sin darle contexto en algún punto tiene un sesgo para los lectores.

Como puede verse, el objetivo es siempre determinar si Argentina está “bien o está mal”, si mejoró o empeoró, primero contra la medición anterior, y luego con el resto de los países, simplificando y legitimando cantidades de datos de percepción, en un número concreto susceptible de compararse con otros países. Pero además, se suma la visualización de la estadística para reforzar el modelo realista, donde se despoja a las evaluaciones de las controversias, mostrando a las categorías y las posiciones del país como un atributo de la realidad cuando el modelo solo “... traduce una visión puesta sobre ella.” (Daniel, 2015, p. 4).

Además de los contactos informales entre ONGs y periodismo también se observó la existencia de bases de datos entre ambos, y se destacó el rol de las agencias de noticias en la difusión de rankings para que sean trabajados para la noticia. En palabras textuales, al consultar a un periodista acerca de la forma en que tomaba contacto con los informes señaló lo siguiente:

...llegan, porque algunas de estas organizaciones tienen una base de datos de periodistas donde saben llegar, porque te contactas con una institución gubernamental o internacional... porque te lo hacen llegar, y por internet... y por las agencias de noticias. Las agencias de noticias internacionales y nacionales, pero las agencias AFP, Reuters, etc. etc. DPA, ANSA bueno, son vehículos de información, entonces a veces enuncian “...bueno Argentina quedo cuarta en el ranking de productores de espejos...”, vos a partir de ahí vas al ranking y lo explotás.

Otra fuente vinculada al periodismo de datos relata la forma de relacionarse con los actores que producen estos informes, lo que constituye otra forma de vincularse con los datos, distinta a la mera reproducción del cable enviado por la agencia de noticias:

Muchas veces, hacemos alianzas con ACIJ, Poder Ciudadano y Poder Legislativo que son quienes tienen el *expertise* burocrático sobre cómo funcionan las instituciones o las herramientas... como para hacer incidencia. Nosotros si tuviéramos que construir esa *expertise* desde la redacción tardaríamos años.

El vínculo entre el medio y las organizaciones existe a través de alianzas (ya sean formales o informales) vinculadas a que estas organizaciones sean “escuchadas”, mientras el medio contorna una forma elaborada para que el mensaje sea entendido de manera más contundente. En este sentido “...la idea es hacer alianzas para que ellos tengan como una manera de canalizar su voz y hacerlo un poco más potente, y nosotros aportamos tecnología y conocimiento técnico para dar un mensaje un poco más robusto.”, añade el periodista. Nuevamente vemos como el rol del periodismo de datos colabora en la construcción del mensaje de la nota:

En mi caso el TI creo que Poder Ciudadano tiene participación directa por el capítulo argentino. Entonces ahí es como la pata local que está, bueno porque desde ese punto de vista no es alguien de afuera que viene a ver cómo está funcionando la Argentina sino que está el local que tiene mucho más conocimiento, elabora el índice [...] tienen un *expertise* construido de muchos años...si un privado por ahí puede construir indicadores es genial, porque nosotros usamos indicadores de consultoras privadas. Pero desde este punto de vista, si tuviéramos que construir nosotros *in house* [sic], acá en el diario necesitas construir un montón de *expertise* que no tenés. Entonces las ONGs ahí ayudan un montón.

Estos vínculos también acontecieron desde la perspectiva de los OICs, ya que al consultar sobre este aspecto dimos con la existencia de aceitadas relaciones entre estos organismos y los medios, como indicó una fuente jerárquica:

No estoy en área de comunicaciones pero sí. Primero se busca que se conozca, porque hay actividades proactivas de comunicación y de distribución, y segundo, hay un departamento en cada oficina... un departamento específico de comunicación. En todas las páginas *web* hay un contacto donde comunicarse que está en condiciones de darte respuestas.

Cabe destacar también que muchos de estos indicadores son producidos por empresas privadas orientadas a la generación de mediciones, y por lo tanto tienen un costo por el servicio suministrado. Esto ocurre en el marco de contrataciones del periódico, tal como lo indica nuestra fuente periodística:

[También] tenés indicadores que son pagos, eso es un tema. Por ejemplo JP Morgan tiene Riesgo País, entonces muchas veces si vos tenés un indicador que justamente

te puede poner en contexto la situación o porque está pasando eso en el país, lo que sea, muchos son pagos, otros no. Si no me equivoco con Reuters nosotros tenemos un servicio por un par de indicadores que usa economía, entonces tenemos información útil para eso. Esta bueno eso.

Una vez realizada la comunicación se produce una retroalimentación por parte de las organizaciones, como afirma una fuente periodística: “se comunican [con La Nación Data] las organizaciones, como que vieron la nota, como que están atentos cuando sale información de lo que miden.”. De esta forma las OINGs adicionan un rol de supervisión y contacto permanente donde la asimetría de poder es evidente.

Las estrategias discursivas de legitimación

Este tipo particular de indicadores contienen mecanismos de legitimación, así como órdenes de justificación, que dan sustento al anclaje en historias y al proceso de cuantificación:

La explicación de esto es de nuevo su contenido, ahora como orden de justificación que respalda estrategias discursivas de explicación y legitimación. Y se puede esperar que las convenciones de calidad, como la convención industrial o la convención de mercado, que tienen una estrecha afinidad con los números como formas cognitivas, sean las más poderosas en este sentido. (Díaz-Bone, 2016, p. 58)

En efecto, varias convenciones pueden coincidir, como las anteriormente nombradas de mercado y cívica. Sobre esta última se construye también una estrategia discursiva de legitimidad a partir del involucramiento y la responsabilidad social. Esto fue mencionado por quienes difunden estos datos en la prensa, develando una estrategia de coparticipación activa en el proceso:

... nuestra tarea es como más de responsabilidad social, de velar porque todo esté... o sea de lograr sociedades un poco más justas, se te hace muy necesario divulgar, no solo divulgar y difundir, sino anclar en historias a los indicadores [...] si vos tenés mejores indicadores hay cosas que puedes adaptar antes o mejorar antes de que fracasen. El Estado ahorra dinero, la gente puede llegar a estar mucho mejor y te evitas un montón de cosas que por ahí pueden pasar. [...] ¿Cómo vas a incidir si no sabes sobre que incidir?

Las convenciones mercantil y cívica se tornan presentes en el relato previo, el Estado debe ser eficiente, ahorrar dinero, y el periodismo de datos aboga por una

sociedad mejor, a la vez que facilita el procesamiento de la información. Asimismo aboga por la participación de la sociedad civil en los procesos. A partir de un trabajo previo con los datos (una distinción si se los compara con indicadores financieros, o estadísticas oficiales), que involucra la presentación estética y la habilitación para disponer de los datos a través de descargas por parte del lector/usuario, se lo invita a participar y a evaluar la calidad del mismo. A diferencia de un periodismo más tradicional, el periodismo de datos expresa una afinidad electiva hacia las políticas de datos abiertos y gobierno abierto (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Hansen, 2015), como acabamos de mostrar.

La información numérica se expande más fácilmente a lo largo del tiempo y el espacio que otro tipo de información⁸, y prácticamente no requiere de un proceso de traducción del lenguaje (Díaz-Bone, 2016; Knorr Cetina, 2010), a lo que agregamos además que interpela a un tipo de autoridad intrínseca, como sugiere la fuente proveniente de la academia: “En el momento que lo ponés, independientemente de cómo se conformó ese número, si tiene algún sentido, cómo se hizo ese indicador, la gente lo toma como que es una autoridad, porque hay un número.”. Esto refiere a que, pese a ser un signo, el número legitima la labor de quien lo produce (Broome; Quirk, 2015).

Conclusiones y nuevos interrogantes.

A lo largo de este escrito visto cómo la palabra gobernanza empieza a ser utilizada por parte de un sector de la prensa durante el período en cuestión, y cómo las notas periodísticas sobre calidad institucional y rankings asociados a estos términos se publican en el diario argentino La Nación.

Hemos analizado la frecuencia de aparición de términos específicos, observando comportamientos que reproducen rankings y comparan, a la vez que evalúan, la posición del país sin cuestionar como ese ranking está construido. Pese a la ilusión de transparencia, los indicadores de gobernanza y calidad institucional son utilizados por los actores intervinientes en el mundo financiero, como también por actores vinculados a la producción y difusión de estos números. En ese sentido el periodismo de datos juega un rol central manifestando una dinámica con puntos de contacto con otros sub campos como el periodismo económico. Entre los puntos de contactos se perciben las consecuencias de la transformación digital del periodismo, La idea del saber experto como herramienta de legitimación y el uso de datos sin cuestionar demasiado su armazón metodológico ni sus principios de valides, pero reproduciendo marcos ideológicos inclinados a las preferencias de los OICs.

⁸ Los números y rankings, a diferencia de las palabras, no requieren interpretación, sino que además se perciben como hechos imparciales e impolutos (Fioramonti, 2014, p. 192).

Paralelamente se observó a modo de rasgo distintivo del periodismo de datos la relación a través de contratos formales e informales con las distintas organizaciones internacionales que promueven, con matices, esta visión de la gobernanza.

En síntesis estos indicadores, junto con la dinámica relacional de los actores que intervienen en su producción, usos, difusión y reproducción, contribuyen a la legitimación de un orden de mercado detrás de la apariencia de transparencia, neutralidad y expertise (técnico o intelectual). A esto se agrega otra forma de legitimación por parte del periodismo de datos, consistente en ser partícipe y colaborar con la datificación de la vida.

Como vimos, las tensiones políticas no escapan al corpus de notas editoriales que, como vimos, manifestó una fuerte actividad durante el periodo electoral de 2007 a 2011, en consonancia con conflictos internos con el sector agrario exportador. Esta cuestión interpela el rol socialmente construido del periodismo y las OINGs como evaluadores y vigilantes de los gobiernos, ocupando espacios.

Finalmente, los resultados llevan a reflexionar sobre cómo los medios contribuyen activamente a la datificación de los ámbitos sociales, mediante la construcción de discursos políticos a través de la difusión de datos, apelando a un compromiso social que excede la mera publicación de los números.

Consideramos que para futuros acercamientos a esta problemática sería conveniente ampliar el recorte temporal a un periodo más actual y comparar estos procesos con otros vinculados a indicadores de índole similar (económicos, financieros) y de otros países.

Lo que definitivamente podemos afirmar es que con la difusión de las ideas de gobernanza y calidad institucional que promueven los organismos de crédito como el Banco Mundial (y otras OINGs) es la reproducción de la estructura de autoridad del sistema internacional (Löwenheim, 2008).

REFERENCIAS

ACEMOGLU, D.; JOHNSON, S.; ROBINSON, J. A. Institutions as a Fundamental Cause of Long-Run Growth. In: AGHION, P.; DURLAUF, S. N. (Eds.). **Handbook of Economic Growth**. North Holland: Elsevier, 2005. v. 1, p. 385–472.

ANTHONY, L. **AntConc**, Waseda University. Disponible en <http://www.laurenceanthony.net/software/>, 2019. Disponible em: <<http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/>>

ARNDT, C. The Politics of Governance Ratings. **International Public Management Journal**, v. 11, n. 3, p. 275–297, 2008.

ARNDT, C.; OMAN, C. **Uses and Abuses of Governance Indicators**. Paris: OECD Development Centre, 2006. Disponible em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/21/16/40037762.pdf>>

ARONSKIND, R. **Riesgo país. La jerga financiera como mecanismo de poder**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2007.

BELTRAN, G. J. Las prácticas del poder. Discusiones en torno al problema de la acción política empresarial. **Apuntes: Revista de Ciencias Sociales**, v. 39, n. 70, p. 69–102, 2012.

BOTTO, M. ThInk tanks en américa latina: radiografía comparada de un nuevo actor político. In: ASTE, N. C.; MENDIZABAL, E. (Eds.). **Vinculos entre conocimiento y política: el rol de la investigación en el debate público en América Latina**. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social- Universidad del Pacífico, 2011. p. 83–112.

BROOME, A.; QUIRK, J. Governing the world at a distance: the practice of global benchmarking. **Review of International Studies**, v. 41, n. 5, p. 819–842, 2015.

CAMOU, A. Los consejeros del príncipe. Saber técnico y política en los procesos de reforma económica en América Latina. **Nueva sociedad**, v. 152, p. 54–67, 1997.

CHUCHCO, N. V. Midiendo el respeto a las instituciones y las capacidades del Estado en América del Sur. Un análisis relacional sobre cuatro dimensiones de los Indicadores Internacionales de Gobernanza (2017-2018). **AWARI- Revista de la Asociación Latinoamericana de Análisis de Redes Sociales**, v. 1, n. 1, p. 198–211, 2020. Disponível em: <<http://ojs.sites.ufsc.br/index.php/awari/article/view/4267/3202>>

CHUCHCO, N. V. **Fabricar la confianza: producción, circulación y usos de los indicadores internacionales de gobernanza y calidad institucional en Argentina (1996-2018)**. Orientador: Dr. Federico Lorenc Valcarce. 2022. 321f. Tese (Doutorado)-Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2022.

COMET, C. How does the inner circle shape the policy-planning network in France? **Socio-Economic Review**, v. 17, n. 4, p. 1021–1101, 2019.

CRUCIANELLI, S. ¿Qué es el periodismo de datos? **Cuadernos de periodistas**, v. 26, p. 106–124, 2013.

DANIEL, C. La cuantificación de la realidad como objeto sociológico. Aportes y enfoques recientes. In: XI JORNADAS DE SOCIOLOGÍA. FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES. UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. 13 AL 17 DE JULIO, BUENOS AIRES, 2015, Buenos Aires. **Anais [...]**. Buenos Aires: [s. n.], 2015. Disponível em: <http://www.aacademica.org/000-061/402>.

DANIEL, C.; VOMMARO, G. Poor in Numbers: A Contribution to a Social History of Social Statistics in Contemporary Argentina. **Journal of Latin American Studies**, v. 49, n. 3, p. 463–487, 2016.

DE SANTOS, M. Los fact-totems y la imaginación estadística: la vida pública de una estadística en la Argentina de 2001. **Apuntes CECYP**, v. 0, n. 18, p. 147–180, 2010.

DELLEPIANE AVELLANEDA, S. Good Governance, Institutions and Economic Development: Beyond the Conventional Wisdom. **British Journal of Political Science**, v. 40, n. 1, p. 195–224, 2009.

DEZALAY, Y.; GARTH, B. Patrones de inversión jurídica extranjera y de transformación del Estado en América Latina. **Culturas jurídicas latinas de Europa y América en tiempo de globalización**, p. 723–748, 2003.

DIAZ-BONE, R. Convention theory, classification and quantification. **Historical Social Research**, v. 41, n. 2, p. 48–71, 2016.

DOMÍNGUEZ, M. Á. C. Nuevas formas informativas: el periodismo de datos y su enseñanza en el contexto universitario. **Historia y comunicación social**, v. 19, n. 2, p. 43–54, 2014.

ERKKILÄ, T.; PIIRONEN, O. (De) politicizing good governance: the World Bank Institute, the OECD and the politics of governance indicators. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 27, n. 4, p. 344–360, 2014.

ESPELAND, W. N. Reverse Engineering and Emotional Attachments as Mechanisms Mediating the Effects of Quantification. **Historical Social Research**, v. 41, n. 2, p. 280–304, 2016.

FINE, B.; WAEYENBERGE, E. Van. Corrigiendo a Stiglitz: de la información al poder en el mundo del desarrollo. In: LEYS, C.; PANITCH, L. (Eds.). **Socialist Register 2006: diciendo la verdad**. Buenos Aires: CLACSO, 2007. p. 185–209.

FINK, K.; ANDERSON, C. W. Data Journalism in the United States: Beyond the “usual suspects”. **Journalism Studies**, v. 16, n. 4, p. 467–481, 2015.

FIORAMONTI, L. **How numbers rule the world: The use and abuse of statistics in global politics**. London: Zed Books, 2014.

GRAY, J.; BOUNEGRU, L.; CHAMBERS, L. **The data journalism handbook: how journalists can use data to improve the news**. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2012.

HANSEN, H. K. Numerical operations, transparency illusions and the datafication of governance. **European Journal of Social Theory**, v. 18, n. 2, p. 203–220, 2015.

HEILBRON, J.; SAPIRO, G. Outline for a sociology of translation: Current issues and future prospects. In: WOLF, M.; FUKARI, A (Eds.). **Constructing a sociology of translation**, Madrid: John Benjamins Publishing Company, 2007. p. 93–107.

HEREDIA, M. Los centros privados de expertise en economía: génesis, dinámica y continuidad de un nuevo actor político en la Argentina. In: VOMMARO, G. (Ed.). **Saber lo que se hace. Política y expertise en Argentina**. Buenos Aires: Prometeo, 2012. p. 297–338.

HEREDIA, M. **Cuando los economistas alcanzaron el poder (o cómo se gestó la confianza en los expertos)**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2015.

KNORR CETINA, K. The epistemics of information: A consumption model. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 2, p. 171–201, 2010.

LORENC VALCARCE, F.; VOMMARO, G. **La política en plural. Investigaciones sociales sobre la política contemporánea**. Mar del Plata: EUDEM, 2020. Disponível em: <https://issuu.com/eudem/docs/la_pol_c3_adtica_en_plural>

LÖWENHEIM, O. Examining the State: A Foucauldian perspective on international “governance indicators”. **Third World Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 255–274, 2008.

MARCHETTI, D. Sub fields of specialised journalism. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Eds.). **Bourdieu and The Journalistic Field**. [s.l.] : Polity Press, 2005. p. 64–84.

Mauricio Macri: “Siempre estuve en contra del 2x1, más aún por crímenes de lesa humanidad”. **La Nación**, Buenos Aires, 10 maio. 2017. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/politica/mauricio-macri-siempre-estuve-en-contra-del-2x1-mas-aun-por-crimenes-de-lesa-humanidad-nid2022427/>>. Acesso em: 4 abr. 2021.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Intelectuales y expertos. Hacia una sociología histórica de la producción del conocimiento sobre la sociedad en la Argentina. In: NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. (Eds.). **Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina**. Bueos Aires: Paidós, 2004. a. p. 15–30.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Internationalisation et développement. Les « Di Tella » et la nouvelle économie en Argentine. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 1–2, n. 151–152, p. 57–67, 2004. b.

NORTH, D. C. **Institutions, Institutional Change, and Economic Performance**. New York: Cambridge University Press, 1990. a.

NORTH, D. C. A Transaction Cost Theory of Politics. **Journal of Theoretical Politics**, v. 2, n. 4, p. 355–367, 1990. b.

PEDROSO, A. O espaço atual do jornalismo Econômico brasileiro: Gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 2–3, p. 133–152, 2015.

PERISSINOTTO, R.; DE ALBUQUERQUE, M. C. M.; DIAS, R. P.; PORTELA, P.; PEDRO HENRIQUE, P. H. C. The economics columnists elite as an epistemic community: a network analysis (2019-2021). **Estudos Historicos**, v. 37, n. 81, p. 1–26, 2024.

PESTRE, D.; WEINGART, P. Governance of and Through Science and Numbers: Categories, Tools and Technologies. **Minerva**, v. 47, n. 3, p. 241–242, 2009.

RHODES, R. A. W. **Understanding Governance: Policy Networks, Reflexibility and Accountabilit**. Londres: Open University Press, 1997.

SELIGSON, M. A. The Measurement and Impact of Corruption Victimization: Survey Evidence from Latin America. **World Development**, v. 34, n. 2, p. 381–404, 2006.

Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/7b92/281ab4c7d56dea4a59cb2b5e0494cffa851a.pdf>>

SIDICARO, R. **La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación, 1909-1989**. Buenos Aires: Sudamericana, 1993.

SIDICARO, R. Consideraciones a propósito de las ideas del diario La Nación. In: WAINERMAN, C.; SAUTU, R. (Eds.). **La Trastienda de la investigación**. Buenos Aires: Ediciones Manantial. p. 79–96.

STONE, D. “Shades of grey”: The World Bank, knowledge networks and linked ecologies of academic engagement. **Global Networks**, v. 13, n. 2, p. 241–260, 2013.

STONE, D. The Group of 20 transnational policy community: governance networks, policy analysis and think tanks. **International Review of Administrative Sciences**, v. 81, n. 4, p. 793–811, 2015.

SUPIOT, A. **La Gouvernance par les nombres - Cours au Collège de France (2012-2014)**. Paris: Fayard, 2015.

UNDURRAGA, T. Making News, Making the Economy: Technological Changes and Financial Pressures in Brazil. **Cultural Sociology**, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017. Disponível em: <<https://cyberleninka.org/article/n/1335516.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2025.

VIEIRA, A. M.; CHIARAMONTE, A. R. Os economistas-colunistas no debate sobre as reformas no Brasil. **Estudos de Sociologia**, v. 24, n. 47, p. 137, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/12845>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

VIEIRA, A. M.; CHIARAMONTE, A. R. O Instituto Millenium na busca por poder. **Tempo Social**, v. 33, n. 1, p. 169–202, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ts/a/vDJPBX5BSzwhq5ZvmMcpbTd/>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

ZUNINO, E. **La cobertura mediática del “conflicto campo – gobierno” de 2008 en la prensa gráfica argentina**. Un estudio comparativo de las agendas informativas sobre la Resolución N° 125/08 de los diarios Clarín, La Nación y Página/12. Orientadora: Dra. Natalia Aruguete. 2016. 347f. Tese (Doutorado)-Secretaría de Posgrado. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2016.

ZURBRIGGEN, C. La utilidad del análisis de redes de políticas públicas. **Argumentos**, v. 24, n. 66, p. 181–209, 2011. a. Disponível em: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952011000200008&lng=es&tlng=es>

ZURBRIGGEN, C. Gobernanza: una mirada desde América Latina. **Perfiles Latinoamericanos**, v. 19, n. 38, p. 39–64, 2011. b. Disponível em: <<http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v19n38/v19n38a2.pdf>>

NEOLIBERALIZAÇÃO E IMPRENSA:
ENQUADRAMENTOS SOBRE AS
CONTRARREFORMAS NO REGIME DE
UMA PONTE PARA O FUTURO

*NEOLIBERALIZATION AND THE PRESS:
FRAMINGS OF THE COUNTER-REFORMS UNDER
THE UMA PONTE PARA O FUTURO REGIME*

*NEOLIBERALIZACIÓN Y PRENSA:
ENMARCAMIENTOS DE LAS CONTRARREFORMAS
BAJO EL RÉGIMEN DE UMA PONTE PARA O FUTURO*

*Diego FRAGA**

RESUMO: Este artigo analisa o papel da imprensa brasileira no processo de neoliberalização durante a hegemonia do regime de “Uma Ponte para o Futuro”, com foco na legitimação das reformas trabalhista (2017) e previdenciária (2019). Investiga-se de que maneira os principais jornais do país — Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo — atuaram como aparelhos hegemônicos na construção de consensos favoráveis às contrarreformas. Por meio da análise dos enquadramentos e das vozes consultadas como fontes de autoridade discursiva, o estudo evidencia a parcialidade de segmentos importantes da imprensa na consolidação de uma agenda neoliberal centrada na austeridade e na flexibilização de direitos. Argumenta-se que os segmentos da imprensa estudados contribuíram para a naturalização das reformas e para a desmobilização de resistências sociais, exercendo o seu papel na sustentação no projeto neoliberal hegemônico no Brasil contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa. Neoliberalismo. Hegemonia. Reforma Trabalhista. Reforma da Previdência.

* Doutor em Sociologia e Antropologia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. <https://orcid.org/0000-0002-0237-022X>. dieggfraga@gmail.com.

ABSTRACT: *This article analyzes the role of the Brazilian press in the neoliberalization process during the hegemony of the “Bridge to the Future” regime, focusing on the legitimization of the labor (2017) and pension (2019) reforms. It investigates how the country’s main newspapers — Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, and O Globo — acted as hegemonic apparatuses in the construction of consensus favorable to the counter-reforms. Through framing analysis and the voices consulted as sources of discursive authority, the study highlights the partiality of key segments of the press in consolidating a neoliberal agenda centered on austerity and the flexibilization of rights. It is argued that the analyzed segments of the press contributed to the naturalization of the reforms and the demobilization of social resistance, playing their part in sustaining the hegemonic neoliberal project in contemporary Brazil.*

KEYWORDS: *Press. Neoliberalism. Hegemony. Labor Reform. Pension Reform.*

RESUMEN: *Este artículo analiza el papel de la prensa brasileña en el proceso de neoliberalización durante la hegemonía del régimen de “Un Puente al Futuro”, con énfasis en la legitimación de las reformas laboral (2017) y previsional (2019). Se investiga cómo los principales periódicos del país —Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo y O Globo— actuaron como aparatos hegemónicos en la construcción de consensos favorables a las contrarreformas. A través del análisis de los encuadres y de las voces consultadas como fuentes de autoridad discursiva, el estudio evidencia la parcialidad de segmentos importantes de la prensa en la consolidación de una agenda neoliberal centrada en la austeridad y en la flexibilización de derechos. Se sostiene que los segmentos de la prensa analizados contribuyeron a la naturalización de las reformas y a la desmovilización de las resistencias sociales, desempeñando su papel en el sostenimiento del proyecto neoliberal hegemónico en el Brasil contemporáneo.*

PALABRAS CLAVE: *Prensa. Neoliberalismo. Hegemonía. Reforma Laboral. Reforma Previsional.*

1. Introdução

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar o papel da imprensa brasileira no processo de neoliberalização durante o regime de hegemonia do programa “Uma Ponte para o Futuro”, com ênfase nos contextos políticos e sociais que marcaram a aprovação das reformas trabalhista e previdenciária. Busca-se compreender como os meios de comunicação, enquanto formadores de opinião e mediadores do discurso público, atuaram frente à consolidação desse novo regime, especialmente no que tange à construção de consensos em torno das chamadas contrarreformas.

A análise propõe-se a investigar de que modo os posicionamentos da imprensa, assim como de vozes consultadas por ela, contribuíram para a legitimação das mudanças legislativas que atendiam às demandas de determinadas classes ou frações de classe. Compreendendo a imprensa não como um espaço neutro de informação, mas como um campo de disputas simbólicas e políticas, cujas práticas editoriais e discursivas são permeadas por interesses diversos e pela luta ideológica, buscou-se:

- 1) Definir o regime de “Uma Ponte para o Futuro” e o contexto das contrarreformas, identificando-os como momentos de inflexão neoliberal na política brasileira, marcadas pela desestruturação de direitos sociais e pela consolidação de uma agenda econômica centrada na austeridade e flexibilização de garantias trabalhistas e previdenciárias;
- 2) Estabelecer o recorte analítico sobre o estudo da imprensa, através de análise conteúdo com foco nos enquadramentos promovidos pelos meios de comunicação, especialmente na mobilização de diferentes tipos de vozes enquanto fontes de autoridade discursiva que conferem legitimidade às reformas e reforçam determinadas interpretações sobre sua necessidade e urgência.

Com base em Entman (1993), os enquadramentos são entendidos como seleções de aspectos da realidade que são salientados e ganham destaque em um texto comunicativo, de modo que possa promover uma definição particular para um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento. Como afirmam Vimieiro e Dantas (2009, p. 4), o ato de salientar algo diz respeito a “fazer uma parte da informação mais notável, significativa ou memorável para a audiência”. Neste trabalho, conforme Porto (2004), o foco recaiu sobre os enquadramentos interpretativos, aqueles construídos por diversos atores sociais, e que oferecem sentidos específicos sobre eventos e temas, funcionando de maneira relativamente autônoma em relação à atuação dos jornalistas.

- 3) Analisar os enquadramentos sobre as contrarreformas trabalhista e previdenciária (RT 2017 e RP 2019) presentes em determinado segmento da imprensa brasileira, mais especificamente o jornalismo impresso de referência¹ (Zamin, 2014), representado por três dos principais jornais do país: Folha de S. Paulo (FSP), O Estado de S. Paulo (OESP) e O Globo (OG).

¹ Zamin (2014) analisa o conceito de “jornalismo de referência” que pode ser definido como aquele que serve de referência para a elite formadora de opinião e para os meios de comunicação – sobre uma parcela do mundo público.

Parte-se da hipótese de que os segmentos da imprensa estudados atuaram como aparelhos hegemônicos em favor do regime de “Uma Ponte para o Futuro”, contribuindo decisivamente para a aceitação social das reformas trabalhista e previdenciária. Tal atuação se deu por meio da adoção majoritária de enquadramentos favoráveis às medidas e pela recorrente utilização de especialistas que reforçavam argumentos pró-reforma, muitas vezes em detrimento de posicionamentos críticos ou alternativos. Assim, pretende-se demonstrar como o discurso midiático desempenhou papel central na construção de um ambiente simbólico propício à naturalização das contrarreformas e à desmobilização de resistências sociais.

O artigo está dividido em seis seções, contando com esta introdução. Na segunda, analisa-se o papel da imprensa como aparelho ideológico, partindo-se principalmente uma abordagem marxista e gramsciniana. Na terceira seção, a abordagem gramsciniana divide espaço com uma interpretação marxista da obra de Karl Polanyi, na qual será debatido o papel da hegemonia neoliberal e o processo de neoliberalização como enraizados socialmente. Em seguida, o artigo foca nos aspectos metodológicos da pesquisa realizada nos jornais destacados. Na quinta seção serão apresentados os dados empíricos, acompanhados de reflexões sobre o que eles representam. Na última seção analisa-se o quadro geral apresentado nos dados sob a luz da abordagem teórica mobilizada.

Importante salientar que os dados e reflexões aqui apresentados são recortes dos resultados da pesquisa empreendida na tese de doutorado defendida pelo autor (Fraga, 2025) no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGSA/UFRJ), financiada com recursos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

2. Imprensa como aparelho ideológico

Em suas reflexões, o filósofo marxista Antônio Gramsci (2017), enfatiza a importância de estudar a organização daquilo que denominou “estrutura ideológica de uma classe dominante”, referindo-se ao conjunto de ideias, crenças, valores e representações que fundamentam o pensamento hegemônico em sociedade, legitimando a ordem social vigente. Como destaca o autor, trata-se de uma análise da estrutura material que atua na manutenção, defesa e expansão de uma frente teórica ou ideológica hegemônica. Para o pensador, o setor editorial constitui a parcela mais significativa e dinâmica dessa frente, abrangendo editoras, jornais políticos, revistas científicas e literárias, periódicos e demais publicações disponíveis à sua época. Assim, todos esses instrumentos editoriais que exercem influência – direta ou indireta – sobre a opinião pública integram essa estrutura ideológica.

Embora Gramsci muitas vezes utilize o conceito de estrutura ideológica da classe dominante como equivalente à noção de aparelho de hegemonia (Hoeveler, 2019), Buci-Glucksmann (1979) estabelece uma distinção entre os termos. Segundo essa perspectiva, o aparelho hegemônico confere maior precisão ao conceito de hegemonia, expandindo-o para além da esfera cultural e incorporando também a dimensão política. Dessa forma, a unificação da hegemonia (cultural e política) ocorre dentro de um aparelho vinculado à classe que se estrutura por meio da mediação de diversos subsistemas, como o educacional (escolas, universidades etc.), o cultural (museus, bibliotecas etc.), o informacional (imprensa) entre outros (Buci-Glucksmann, 1979).

Fontes (2010, p. 133–134) define os aparelhos de hegemonia como:

[...] o conjunto de elementos que estruturam a sociedade civil, compondo instâncias associativas formalmente separadas das empresas e instituições estatais, mas que se apresentam sob múltiplas formas de associatividade voluntária. Clubes, partidos, jornais, revistas, igrejas e diversas entidades emergem e se reconfiguram em resposta à complexificação da vida urbana capitalista e aos desafios que dela decorrem. Embora não sejam homogêneos em sua composição, esses aparelhos frequentemente se mostram distanciados da organização econômico-política da vida social. Ainda assim, muitos partidos e veículos de imprensa – geralmente alinhados a segmentos de classe específicos – tendem a ocultar esses vínculos, apresentando-se como representantes da “unidade nacional” ou como defensores de uma suposta neutralidade informativa. No entanto, todos esses organismos, em última instância, se relacionam com as formas de produção econômica (infraestrutura) e política (Estado), mesmo que sua atuação se manifeste predominantemente no campo cultural.

Dessa maneira, é possível compreender a mídia como um todo – e a imprensa, em particular – enquanto aparelhos de hegemonia, com destaque para suas grandes corporações comerciais. Fonseca (2011), ao analisar os jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil* na década de 1980, já havia chegado a essa conclusão ao definir mídia como

[...] o complexo de meios de comunicação que envolve mensagem e recepção, por formas diversas, cuja manipulação dos elementos simbólicos é sua característica central (Eagleton, 1991) – representa uma forma de poder que, nas sociedades “de massa”, possui papéis extremamente significativos, tais como: influir na formação das agendas públicas e governamentais; intermediar relações sociais entre grupos distintos (Capelato, 1988); influenciar a opinião de inúmeras pessoas sobre temas específicos; participar das contendas políticas, em sentido lato (defesa ou veto de

uma causa, por exemplo) e estrito (apoio a governos, partidos ou candidatos); e atuar como “aparelhos ideológicos” capazes de organizar interesses. Quanto a esses, em determinadas circunstâncias atuam à guisa de “partidos políticos” ou “intelectuais coletivos e orgânicos” de grupos específicos (Coutinho, 1994). Esses papéis são ocultados sob o lema do “dever da informação”, que seria “neutra”, “independente”, “apartidária” e “a-ideológica”, características invariavelmente alegadas pelos órgãos da mídia ao retratar, de forma cabotina, sua atuação (FONSECA, 2011, p. 41-42).

Considerando o jornalismo uma atividade intelectual (Traquina, 2012), é possível afirmar que, ao informar, interpretar e atribuir significado aos acontecimentos nas diferentes esferas da vida social – incluindo os de natureza econômica (Guilbert, 2020) –, a imprensa desempenha um papel central na construção e perpetuação da hegemonia de uma classe ou fração de classe sobre os grupos sociais subordinados no capitalismo. E isso ocorre também no atual período em que o chamado neoliberalismo é a ideologia hegemônica.

3. Ideologia e (des)enraizamento: a hegemonia da neoliberalização

Para Gramsci (1999), as ideologias representam um elemento comum e indispensável da consciência e do conhecimento. Sendo historicamente necessárias, elas “organizam” as massas e fornecem o espaço no qual os indivíduos tomam consciência de sua posição e travam suas lutas. A partir dessa perspectiva, Hall (1986) define a ideologia como um conjunto de linguagens, conceitos, categorias e sistemas de representação utilizados por diferentes classes e grupos sociais para interpretar e dar sentido ao funcionamento da sociedade.

Assim, as ideologias consideradas orgânicas são aquelas buscam disseminar-se pela sociedade, promovendo uma nova vontade nacional-popular em prol de uma grande transformação histórica. Elas atuam sobre o senso comum e procuram sistematizar a consciência das massas. Nesse contexto, a ideologia está diretamente ligada à maneira como determinadas ideias ganham adesão popular e se tornam uma força material (Hall, 1988). A disputa ideológica corresponde à luta pela hegemonia, pela busca do consentimento das massas. A hegemonia não se restringe ao campo das ideias, pois depende do domínio de uma classe social sobre a atividade econômica. No entanto, também não pode ser reduzida à economia. Trata-se de um fenômeno que transcende os interesses econômicos imediatos de uma classe e deve incorporar as demandas de grupos subordinados, tornando-se um projeto social mais amplo (Hall, 1988).

3.1. A neoliberalização enraizada

Quanto ao neoliberalismo mais especificamente, Venugopal (2015) afirma que há duas abordagens analíticas padrão na literatura sobre o tema. A primeira o concebe como uma doutrina elaborada por seus principais pensadores, cuja trajetória é rastreada por meio da leitura e interpretação de textos canônicos, atentando-se à origem das ideias, ao contexto de seu surgimento e à biografia de seus formuladores.

A segunda, por sua vez, concentra-se na identificação do “neoliberalismo realmente existente”, buscando delinear suas esferas de atuação e explicar suas dinâmicas concretas. Nessa perspectiva, o neoliberalismo — entendido como matriz ideológica e justificativa para projetos de reestruturação do Estado e da sociedade — não se apresenta de forma “pura” ou abstrata, mas sim através de manifestações parciais, policêntricas e plurais. Conforme apontam Peck, Brenner e Theodore (2018), sua reprodução é marcada por atritos, contradições, polimorfismos e desigualdades geográficas, não apenas por resistências políticas, mas porque o hibridismo volátil é constitutivo de sua própria existência. Assim, essa abordagem propõe uma leitura processual da neoliberalização, que reconhece a diversidade das formas assumidas pelo neoliberalismo e sua dinâmica de desenvolvimento combinado, desigual e mutuamente condicionante.

Nesse sentido, o neoliberalismo como um projeto ideológico estaria em constante luta por se manter hegemônico, mesmo diante de fracassos, crises e resistências. Esse tipo de abordagem entende a “neoliberalização” como um processo e não se baseia em concepções como a de regime, por exemplo, que estaria determinado no tempo e no espaço.

O neoliberalismo desafia qualquer explicação em termos de coordenadas fixas. Pelo contrário, denota um espaço problemático, juntamente com um espírito de regulação complementar do mercado. Nos termos mais abstratos, pode-se dizer que a neoliberalização se refere a um processo contraditório de domínio semelhante ao do mercado, negociado principalmente nas fronteiras do Estado e ocupando o espaço ideológico definido por uma crítica (amplamente) simpática ao *laissez-faire* do século XIX e profundas antipatias pelos modos de governo coletivistas, planejados e socializados, especialmente aqueles associados ao keynesianismo e ao desenvolvimentismo (Peck, 2010, p. 20).

Desse modo, a neoliberalização configura-se como um processo contínuo de transformação institucional, marcado tanto pela destruição quanto pela reconstrução de arquiteturas institucionais, além da sobreposição dessas a estruturas previamente existentes. Conceber o neoliberalismo como processo, conforme argumenta Cahill (2014), permite compreender o distanciamento entre as políticas neoliberais imple-

mentadas e os discursos utópicos dos teóricos neoliberais, bem como o caráter desigual dessa transformação — aspecto ilustrado de forma contundente pelo estudo de Fourcade-Gourinchas e Babb (2002) sobre os casos do Chile, França, Grã-Bretanha e México.

Conforme argumenta Peck (2010), compreende-se que as disputas entre liberalização e regulação dos mercados nos processos de neoliberalização estão enraizadas na luta de classes e nas disputas ideológicas que a acompanham. Nesse sentido, o neoliberalismo realmente existente pode ser interpretado à luz da dicotomia enraizamento/desenraizamento, conforme a obra de Karl Polanyi (2021) e seus desdobramentos teóricos.

Cahill (2014), amparado na leitura de Block (2021) sobre Polanyi, propõe que a economia está sempre enraizada na sociedade e critica a interpretação que associa o neoliberalismo a um suposto desenraizamento, pois tal leitura considera que a retração do Estado na economia indicaria um afastamento estrutural, e que seu retorno marcaria o fim do neoliberalismo. Para Cahill, essa visão ignora o fato de que a neoliberalização, conforme também apontam Peck, Brenner e Theodore (2018), é um processo contínuo e contraditório de reestruturação institucional, no qual o neoliberalismo não substitui inteiramente as formações anteriores, mas se sobrepõe a elas, reconstruindo e adaptando instituições já existentes. Essa perspectiva processual também ajuda a compreender o distanciamento entre os discursos utópicos dos teóricos neoliberais e as políticas efetivamente implementadas, além do caráter desigual e geograficamente específico do avanço neoliberal, como exemplificado por Fourcade-Gourinchas e Babb (2002) ao analisarem os casos do Chile, França, Grã-Bretanha e México.

Nesse quadro, Cahill (2014) argumenta que o neoliberalismo está sempre enraizado em três estruturas sociais fundamentais: nas relações de classe, nas instituições e na ideologia. Primeiramente, está vinculado à derrota das esquerdas ocidentais desde os anos 1970, no que Streeck (2018) nomeia de Revolução Neoliberal. Em seguida, revela-se enraizado nas instituições, sobretudo no Estado, que longe de se retirar da economia, tem papel central na implementação e sustentação da lógica neoliberal, ao reformular sua atuação com base em critérios de justiça de mercado, em detrimento da justiça social (Streeck, 2018). Por fim, o neoliberalismo encontra base na ideologia, cuja disseminação massiva, conforme apontam Dardot e Laval (2016), consolidou uma nova racionalidade que se impôs como senso comum entre as elites políticas. Essa hegemonia ideológica, reforçada pela doutrinação promovida pela teoria econômica convencional (Streeck, 2018), não apenas molda os discursos de partidos defensores do capital, mas também de setores tradicionalmente vinculados à defesa dos trabalhadores (Fraser, 2020), influenciando profundamente as subjetividades e limitando as visões de mundo, num processo que Fisher (2020) denomina “realismo capitalista”.

A hegemonia não se restringe ao campo das ideias, pois depende do domínio de uma classe social sobre a atividade econômica. No entanto, também não pode ser reduzida à economia. Trata-se de um fenômeno que transcende os interesses econômicos imediatos de uma classe e deve incorporar as demandas de grupos subordinados, tornando-se um projeto social mais amplo (Hall, 1988,).

3.2. O Regime de “Uma Ponte para o Futuro”

O documento “Uma Ponte para o Futuro” (Fundação Ulysses Guimarães, 2015) representou o programa político dos setores que apoiaram o impeachment de Dilma Rousseff e os governos de Michel Temer e, em parte, de Jair Bolsonaro. Essa coalizão heterogênea, descrita por Pinho (2021) como a “comunidade epistêmica da austeridade fiscal”, inclui desde a grande mídia corporativa até empresários da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), economistas ortodoxos, partidos de direita e movimentos liberais como o Movimento Brasil Livre (MBL) e o Vem Pra Rua. O texto parte do diagnóstico de uma crise fiscal profunda, que exigiria um “ajuste de caráter permanente”, defendendo medidas como a contrarreforma da previdência, o fim de vinculações constitucionais de gastos sociais, um orçamento totalmente impositivo, flexibilização das leis trabalhistas e uma política de austeridade permanente. Tais propostas expressam com clareza a agenda neoliberal que ganharia força política nos anos seguintes.

A publicação de “Uma Ponte para o Futuro” tornou-se símbolo da guinada ideológica no Estado brasileiro, onde o processo de neoliberalização suplantou, de forma decisiva, as disputas em torno de um projeto desenvolvimentista. No contexto da crise institucional provocada pela desaceleração da economia e pela Operação Lava-Jato, houve o que Pinto et al. (2019) denominaram de “guerra de todos contra todos” entre as frações das classes dominantes. Ainda assim, o documento conseguiu oferecer uma base programática comum, conferindo coesão temporária a esses grupos, que se organizaram em torno de uma agenda que rompia definitivamente com os princípios de desmercantilização da Constituição de 1988. Se os governos petistas conviveram com ambivalências nesse aspecto (Lavinas; Gentil, 2018), essas contradições se dissiparam com a adoção de políticas como o Teto de Gastos e as contrarreformas trabalhista e da previdência, consolidando a ofensiva neoliberal.

O governo Michel Temer (2016–2018) apostou na consolidação de uma agenda de austeridade fiscal e contrarreformas com o argumento de restaurar a confiança do mercado e impulsionar o crescimento econômico. Um marco simbólico e institucional dessa virada foi a Emenda Constitucional nº 95/2016, conhecida como “Teto de Gastos”, que congelou os investimentos públicos por vinte anos,

impondo graves limitações ao financiamento de políticas sociais — já em 2019, o Sistema único de Saúde (SUS) e a educação acumulavam perdas de R\$ 20 bilhões e R\$ 32,6 bilhões, respectivamente (Conselho Nacional de Saúde, 2020; Pellanda, 2020). No plano trabalhista, o governo implementou duas reformas significativas: a Lei da Terceirização (nº 13.429/2017) e a Reforma Trabalhista (nº 13.467/2017), que flexibilizou profundamente as relações de trabalho ao permitir, por exemplo, a chamada prevalência do negociado sobre o legislado e a institucionalização do trabalho intermitente. Essas medidas foram sustentadas por argumentos oriundos da teoria econômica neoclássica, que vê no salário uma variável de ajuste para equilibrar oferta e demanda no mercado de trabalho, mesmo diante de evidências empíricas que apontam para a persistência do desemprego em função da incerteza e da retração dos investimentos.

Apesar das promessas de modernização e aumento da competitividade, a Reforma Trabalhista de 2017 aprofundou a precarização do trabalho e limitou a atuação da Justiça do Trabalho, enfraquecendo a proteção jurídica dos trabalhadores e a atuação sindical. O processo de remercantilização do trabalho foi intensificado, especialmente com a criação de formas contratuais extremamente flexíveis, como o trabalho intermitente, onde não há garantia de renda ou continuidade laboral (Filgueiras; Bispo; Coutinho, 2018). Além disso, mesmo com o avanço dessas reformas, os indicadores econômicos seguiram estagnados: houve aumento da informalidade e da subutilização da mão de obra, evidenciando que mudanças legais, isoladamente, não geram dinamismo no mercado de trabalho (Colombi; Krein, 2022).

Ainda durante o governo Temer, houve uma tentativa de avançar com uma reforma da previdência por meio da PEC 287/2016, que previa medidas como o fim da aposentadoria por tempo de contribuição e o aumento do tempo mínimo para aposentadoria de 15 para 25 anos. No entanto, o escândalo do “Joesley Day” e a baixa popularidade do presidente impediram sua aprovação (Reis, 2020). Mesmo assim, essa iniciativa já antecipava os rumos que seriam consolidados no governo Bolsonaro.

Durante o governo de Jair Bolsonaro, foi apresentada a Proposta de Emenda Constitucional 06/2019, que marcou uma das mais profundas reformas estruturais da Previdência Social no Brasil. A proposta, elaborada sob forte influência do ministro da Economia Paulo Guedes e respaldada pelos interesses do mercado financeiro (Motta, 2021; Pinto et al., 2019), visava a substituição do regime solidário de repartição simples por um modelo de capitalização individual. Nesse sistema, cada trabalhador contribuiria para sua própria conta, sem garantias sobre o valor da aposentadoria futura, dependendo da rentabilidade dos fundos de investimento (Pacheco Filho; Winckler, 2004).

Embora essa mudança radical tenha sido rejeitada pelo Congresso (Dieese, 2019), a essência da proposta refletia uma transição de um sistema de benefício definido, no qual se conhece o valor a ser recebido, para um modelo de contribuição definida, em que o valor do benefício é incerto e transferido ao risco do indivíduo (Lavinas; Cordilha, 2019). Mesmo sem a capitalização, a reforma aprovada impôs alterações severas. Estabeleceu-se a idade mínima de aposentadoria em 65 anos para homens e 62 para mulheres, com tempo mínimo de contribuição de 20 anos, extinguindo-se a aposentadoria por tempo de contribuição. As regras para aposentadoria rural tornaram-se mais rígidas, e o cálculo dos benefícios passou a considerar todas as contribuições realizadas desde julho de 1994, em vez das 80% maiores, resultando em reduções no valor dos benefícios (Brasil, 2024).

Para os servidores públicos, a reforma obrigou a criação de regimes complementares com contribuições definidas, consolidando a lógica de financeirização da previdência, e mesmo com recuos pontuais, a essência da contrarreforma foi mantida: redução do gasto público, diminuição da proteção social e aprofundamento das desigualdades (Fleury, 2019). A narrativa usada para justificar a RP 2019 esteve ancorada em argumentos típicos do discurso neoliberal, como o suposto déficit da Previdência, muitas vezes sustentado por dados parciais e projeções enviesadas (Drummond, 2019; Fagnani, 2019, 2021). A capitalização, mesmo não aprovada, foi inserida no debate como uma alternativa “inevitável”, desconsiderando seus fracassos em outros países e os riscos de ampliar as desigualdades no Brasil (Lavinas; Cordilha, 2019). A contrarreforma de 2019, portanto, não foi apenas uma reestruturação técnica do sistema previdenciário, mas a consolidação de um projeto político de enfraquecimento da seguridade social, favorecendo os interesses do capital em detrimento da solidariedade e da proteção social ampla.

Se a neoliberalização é interpretada como um processo, esse momento específico da história pode ser considerado como o de construção da hegemonia do regime proposto em “Uma Ponte para o Futuro”. Ou seja, o processo de neoliberalização em curso esteve ancorado nas premissas desse documento, cujas propostas foram, ao menos em parte, implementadas. Essa agenda encontrou em segmentos da imprensa brasileira, canais abertos para a promoção do consentimento e do convencimento social. Esses segmentos se apresentaram, conforme será demonstrado adiante nos casos das contrarreformas trabalhista e previdenciária, como instrumentos consistentes na disputa ideológica.

4. Aspectos metodológicos

No que se refere aos gêneros jornalísticos, o foco recaiu sobretudo sobre o jornalismo de opinião — que, conforme delineado por Melo (1994), abarca editoriais,

comentários, artigos, resenhas, colunas e crônicas — e também sobre o conteúdo informativo, desde que apresentasse a participação de especialistas, intelectuais ou representantes de grupos de interesse, como sindicatos, movimentos sociais e setores empresariais e que contivesse opinião sobre a questão trabalhista e/ou a reforma trabalhista e sobre a questão previdenciária e/ou a reforma previdenciária. Um critério adicional adotado foi a veiculação do material na versão impressa dos jornais, uma vez que a coleta foi realizada a partir de suas plataformas digitais.

A coleta do material se deu por meio das ferramentas de busca dos sites dos jornais Folha de S. Paulo (FSP), O Globo (OG) e O Estado de S. Paulo (OESP), utilizando-se o termo “reforma trabalhista” com recorte temporal para o ano de 2017, e “reforma da previdência” para o ano de 2019. Ao todo, foram reunidos 1.280 textos — entre matérias, artigos e entrevistas — que atenderam aos critérios estabelecidos, sendo 362 relativos à RT 2017 e 918 à RP 2019.

É relevante observar que os mecanismos de busca empregados por cada um dos três veículos apresentam diferenças significativas tanto em quantidade quanto em qualidade do material recuperado. Nesse sentido, o OESP destacou-se pela maior oferta de resultados, o que se explica, sobretudo, pelo fato de seu sistema de busca não permitir a distinção entre o conteúdo publicado na edição impressa e aquele exclusivo do meio digital.

A análise buscou identificar os enquadramentos favoráveis e críticos às contrarreformas trabalhista e da previdência, bem como aos temas a elas associados. A categorização dos enquadramentos ocorreu em duas etapas: inicialmente, quanto ao posicionamento frente às contrarreformas, sendo classificados como favoráveis ou contrários (com exclusão de posicionamentos neutros). Uma única matéria ou artigo pode conter múltiplos enquadramentos — inclusive contraditórios — sobretudo quando apresenta diferentes especialistas ou pontos de vista. A menor unidade considerada foi a frase, e a maior, o texto como um todo, permitindo também a existência de enquadramentos compostos por parágrafos ou trechos intermediários. Um mesmo enquadramento pode aparecer mais de uma vez em um mesmo texto, sendo, portanto, contabilizado repetidamente. A análise foi conduzida com o apoio do software NVivo (release 1.3).

Entre as principais vozes escutadas pelos jornais, destacam-se economistas, empresários, associações empresariais, juristas, advogados, jornalistas, sindicalistas, militantes de movimentos sociais e membros de Organizações Não Governamentais (ONGs). Outros especialistas como sociólogos, antropólogos, estatísticos, assistentes sociais etc. tiveram presença diminuta. A identificação dessas vozes se deu de maneira indutiva, a partir da análise dos dados brutos do material coletado nos jornais, resultando em 312 na RT 2017, e 503 na RP 2019. Em ambos os casos, economistas, juristas, advogados, representantes do empresariado e associações empresariais significaram mais de 70% das vozes, sinalizando os

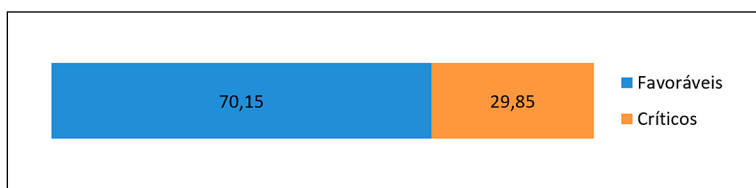
tipos de vozes privilegiadas nesses contextos, a dizer, um determinado tipo de especialista (economistas acadêmicos e profissionais do direito) e representantes do capital (empresários, associações empresariais e economistas ligados ao mercado financeiros).

O fato de essas vozes terem sido privilegiadas pelos jornais significou o predomínio de determinados posicionamentos, uma vez que as vozes ligadas ao empresariado defenderam seus próprios interesses de classe nas questões trabalhista e previdenciária, e os economistas – em sua maioria ligados ao mercado financeiro ou com visão ortodoxa da economia – também defenderam posições de classe e/ou visões econômicas aderentes ao neoliberalismo. Uma análise mais aprofundada dessas vozes se encontra em Autor (Ano).

5. As contrarreformas trabalhista e previdenciária na imprensa

Assim, abordando especificamente a cobertura da RT 2017, foram identificados, ao todo, 583 enquadramentos, sendo a maioria deles favorável à contrarreforma de 2017, com 70,15% das ocorrências, enquanto os enquadramentos críticos representaram apenas 29,85%. Cabe destacar, entretanto, que grande parte das críticas não se dirige frontalmente à contrarreforma em si, mas sim a aspectos pontuais dela ou à ausência de um debate público mais amplo, bem como à falta de alternativas propostas, o que impede uma leitura clara de oposição direta. O Gráfico 1 ilustra essa predominância de vozes favoráveis ou parcialmente favoráveis à RT 2017, sugerindo, à primeira vista, um consenso entre os especialistas e demais atores sociais ouvidos pelos jornais.

Gráfico 1: Enquadramentos favoráveis e críticos RT 2017 (%) (n = 583)



Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito aos enquadramentos favoráveis à RT 2017, um exemplo é o jornalista Hélio Gaspari, que na FSP de 02 de julho de 2017, – quando o então presidente Michel Temer indicava que poderia concordar na manutenção do imposto sindical, apontou para o suposto impacto desse tributo na organização dos trabalhadores.

Pelo projeto de reforma trabalhista, vai ao lixo o velho imposto sindical, instituído em 1937. Trata-se da tanga de um dia de salário dos trabalhadores formalizados, destinada a cevar a máquina da unicidade sindical na qual está incrustada uma casta de pelegos. A reforma aboliu o caráter de confisco dessa “contribuição”. Se o cidadão quiser contribuir para o sindicato, passará a fazê-lo por livre vontade (Gaspari, 2017).

Outro exemplo de enquadramento favorável à RT 2017 é o produzido pelo economista-chefe do Santander, Maurício Molan, na edição do dia 20 de junho de 2017 do jornal OG, no qual afirma que a RT:

Tem dois efeitos relevantes para o mercado de trabalho. O primeiro é acelerar o ciclo, fazer a economia retomar o crescimento mais rápido, o que teria um impacto sobre o emprego. Além disso, poderia ter um efeito estrutural, decorrente só da reforma trabalhista. Quando você muda os parâmetros, o custo trabalhista cai e gera um aumento na demanda por mão de obra (Corrêa, 2017).

Assim, enquanto uma voz faz a crítica ao imposto sindical, sinalizando apoio à sua extinção, outra expõe supostos efeitos positivos da contrarreforma sobre a economia como um todo, sugerindo crescimento econômico e criação de empregos.

Entre os enquadramentos críticos, é possível destacar, por exemplo, a fala da advogada e professora de Direito do Trabalho da PUC-SP, Carla Romar, em matéria publicada na FSP em 27 de abril de 2017 (Perrin, 2017), na qual afirmou que a contrarreforma restringiu o papel da Justiça do Trabalho como fiscal das negociações entre trabalhadores e empregadores, orientando sua atuação “pelo princípio da intervenção mínima na autonomia da vontade coletiva”.

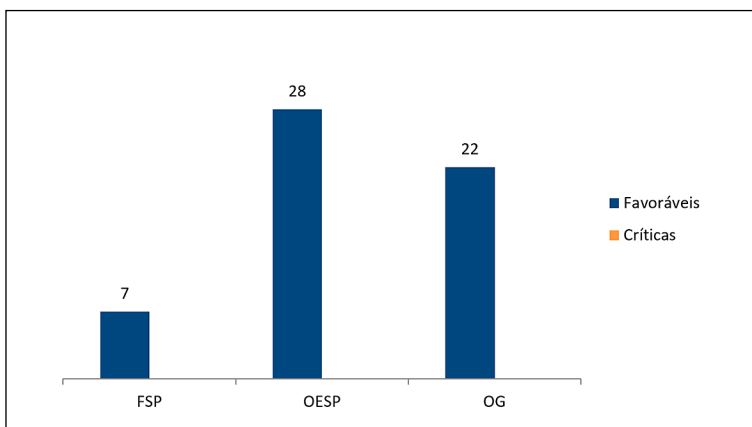
Num exemplo de enquadramento crítico que não pode ser necessariamente considerado desfavorável, o presidente da Associação Comercial do Paraná (ACP), Glaucio Geara, em OESP do dia 09 de outubro de 2017 comenta que, entre os empresários com quem conversou, existia um receio sobre o aumento de insegurança jurídica. E afirma:

Estão todos cautelosos. Acredito que [com a Reforma] será bom tanto para o empregado quanto para o trabalhador, mas precisamos ver como vão ser esses primeiros meses de aplicação”, disse. “Se você consultar hoje vinte advogados, vai encontrar 20 posições diferentes” (OSAKABE, 2017).

Um dos dados mais reveladores diz respeito à própria posição assumida pelos jornais analisados em relação à RT 2017, expressa por meio de seus editoriais —

entendidos, conforme Fonseca (2005), como representações da linha ideológica-editorial e da posição oficial dessas empresas de comunicação. Foram identificados, entre os três jornais, 57 enquadramentos editoriais, com destaque para *O Estado de S. Paulo* (OESP), seguido por *O Globo* (OG) e *Folha de S. Paulo* (FSP). O aspecto mais significativo, no entanto, conforme expõe o Gráfico 2, é que nenhum desses editoriais apresentou enquadramento crítico à Reforma Trabalhista ou a qualquer de seus aspectos, evidenciando, assim, um alinhamento unívoco e favorável por parte da imprensa analisada.

Gráfico 2: Editoriais e enquadramentos – RT 2017

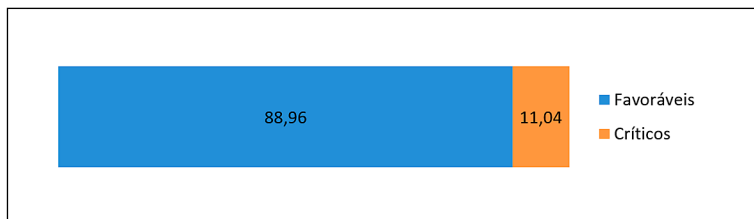


Fonte: Elaboração própria

Sobre a RP 2019, nos três jornais analisados foram identificados 1.132 enquadramentos, entre favoráveis e críticos. Dentre eles, a ampla maioria — 88,96% (1.007) — manifestou apoio à contrarreforma, enquanto apenas 11,04% (125) apresentaram críticas. Mais uma vez, como nem todos os enquadramentos críticos indicam oposição direta, ganha força a percepção de um forte alinhamento favorável à RP 2019 nas páginas da FSP, OESP e OG.

Em comparação com a cobertura da RT 2017, observa-se que o apoio à agenda de contrarreformas se intensifica ainda mais no caso da RP 2019. Houve um aumento de 20 pontos percentuais entre os enquadramentos favoráveis, acompanhado por uma redução proporcional entre os críticos, o que evidencia um respaldo ainda mais expressivo da mídia impressa à proposta previdenciária em relação à trabalhista.

Gráfico 3: Enquadramentos favoráveis e críticos RP 2019 (n = 1.132)



Fonte: Elaboração própria

O economista e ex-ministro da Fazenda Pedro Malan, em matéria publicada em *OG* no dia 16 de junho de 2019, oferece um exemplo de enquadramento favorável ao afirmar que, entre os desafios enfrentados pelo país naquele momento, o mais urgente seria a realização da reforma da Previdência, que, embora não fosse um fim em si mesma, seria fundamental para a retomada do crescimento econômico:

Dos desafios que temos hoje, o mais urgente é a reforma da Previdência, minimamente robusta agora. Assim como a derrota da hiperinflação não era um fim em si mesma, mas uma condição para que outros objetivos tão ou mais importantes pudessem ser alcançados. Estamos numa crise que estará conosco durante muito tempo. Crescemos, na média, 0,6% ao ano nos últimos oito anos. O resto do mundo em desenvolvimento nesses mesmos oito anos cresceu 4,8%, 4,9%, pelo menos. Essa situação agora é a mais séria da nossa história recente (Almeida, et. al., 2019).

O empresário Luciano Hang se manifestou no jornal FSP do dia 11 de março de 2019, considerando a previdência social brasileira anterior à contrarreforma como uma fonte de privilégios, particularmente para políticos e funcionários públicos. Segundo o empresário a previdência social:

É uma bomba-relógio. Em 2022, não vai ter mais dinheiro para pagar. É para reduzir ou acabar com os privilégios de pessoas que trabalham pouco, ganham muito e se aposentam cedo.

A grande maioria é a elite do funcionalismo público e políticos. Você e eu, que somos da iniciativa privada, vamos nos aposentar com pouco. Eu não sou aposentado ainda. Mas e um governador, um deputado? (Cunha, 2019).

Por outro lado, Roberto Dias, professor de Direito Constitucional da FGV-SP, em matéria publicada na FSP em 28 de fevereiro de 2019, afirmou considerar a proposta de contrarreforma uma violação de cláusula pétrea da Constituição — dis-

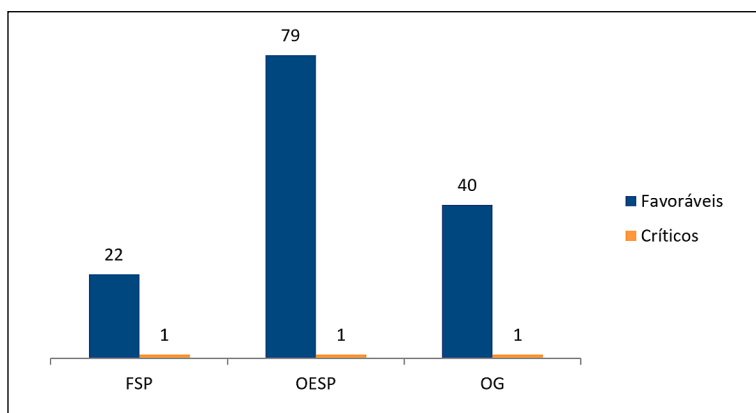
positivos que não podem ser modificados por emenda —, destacando que uma delas proíbe alterações que impliquem a supressão de direitos e garantias individuais. Segundo o professor, “a mudança retira um direito fundamental de um trabalhador, que é a proteção em uma relação em que há certa vulnerabilidade. Mesmo que ele esteja aposentado, o direito deve permanecer” (Brigatti, 2019).

Entre os exemplos de enquadramentos críticos que não são necessariamente desfavoráveis à contrarreforma, o economista Paulo Tafner, em OG do dia 14 de julho de 2019, retomando a questão da previdência social enquanto um privilégio, afirmou que o projeto da RP 2019 falhava em combatê-los, criticando a proposta pela falta de radicalidade. Assim, a RP 2019:

Reduz muito, mas não acaba [com os privilégios]. Integralidade, por exemplo, é um privilégio, isso não existe no restante do mundo. A mesma coisa, o tratamento diferente para policiais e professores. A redução da idade mínima de professores e policiais federais, assim como a manutenção do tempo de contribuição na aposentadoria por idade em 15 anos (no texto original seriam 20 anos) são outros pontos que reduziram o impacto fiscal da reforma (Tondo; Costa, 2019).

No que se refere à opinião expressa pelos três jornais analisados, o posicionamento assumido foi quase integralmente favorável à Reforma da Previdência de 2019, com a curiosa exceção de um único enquadramento crítico identificado em cada veículo. Assim, dos 201 enquadramentos localizados nos editoriais, observa-se uma defesa marcadamente favorável à contrarreforma, reiterando a tendência já verificada no caso da Reforma Trabalhista de 2017, em que o alinhamento editorial também se mostrou amplamente positivo em relação à agenda (contra)reformista.

Gráfico 4: Editoriais e enquadramentos – RP 2019



Fonte: Elaboração própria

Constata-se que a ampla maioria dos enquadramentos foi favorável às contrarreformas (gráficos 1 e 3), com maior ênfase no caso da RP 2019 em relação à RT 2017. Ao se comparar esse cenário com o posicionamento dos editoriais dos três jornais (gráficos 2 e 4), percebe-se uma quase coincidência, indicando que os veículos priorizaram vozes alinhadas à sua própria opinião. A coincidência não é total porque há certa dissidência entre as vozes, ao passo que os editoriais dos jornais demonstraram apoio praticamente unânime às reformas.

No caso da RT 2017, observa-se que os enquadramentos favoráveis se concentraram em destacar os supostos benefícios que adviriam de sua aprovação. Os argumentos mais recorrentes exaltavam o que consideravam a modernização das leis trabalhistas, a flexibilização das relações de trabalho e a consequente dinamização das negociações sindicais. Também foram amplamente difundidas promessas de crescimento econômico e geração de empregos, associadas à ideia de que a reforma removeria entraves legais que prejudicariam o dinamismo do mercado.

Essas justificativas, embora partam de diagnósticos pessimistas sobre a situação econômica e a rigidez da legislação vigente, convergem em um ponto central: a vida das trabalhadoras e trabalhadores brasileiros melhoraria com a implementação da RT 2017. A narrativa construída sustentava-se na expectativa de um ciclo virtuoso de desenvolvimento, impulsionado por um ambiente mais “livre” e “moderno” para o capital e o trabalho. Em suma, tratava-se de uma aposta na eficiência das reformas como solução estrutural.

Já no caso da RP 2019, os enquadramentos favoráveis assumiram uma natureza distinta. A retórica predominante não prometia avanços ou ganhos diretos, mas antes enfatizava a necessidade de ajustes para assegurar a sustentabilidade do sistema. O foco recaiu sobre a existência de uma grave crise fiscal, e a reforma foi apresentada como imprescindível para evitar o colapso das contas públicas. Nesse sentido, políticas de austeridade, típicas do pensamento neoliberal, foram defendidas como inevitáveis.

Além do argumento fiscal, uma linha de raciocínio fortemente presente foi a de que a previdência, como estava institucionalizada antes da contrarreforma, favorecia a reprodução de privilégios e aprofundava desigualdades sociais. Nesse discurso, a contrarreforma aparecia como instrumento de correção de distorções e de promoção de uma suposta justiça distributiva. Ainda que algumas vozes tenham mencionado possíveis efeitos positivos sobre o crescimento econômico, esses argumentos foram menos frequentes do que no caso da RT 2017.

Apesar da ampla predominância de enquadramentos favoráveis às contrarreformas nos jornais analisados, não se pode dizer que houve uniformidade absoluta. Registra-se a presença de vozes dissonantes, embora em proporção claramente reduzida. A dissidência, quando existente, ocupou espaços marginais e não chegou a equilibrar o debate.

6. Considerações finais

Assim, parte importante da imprensa brasileira atuou como aparelho hegemônico em favor do regime de “Uma Ponte para o Futuro” e das contrarreformas trabalhista e previdenciária preconizadas pelos seus defensores. Evidenciou-se através da análise de 1.280 textos nos jornais FSP, OESP e OG um padrão consistente de alinhamento editorial por parte dos jornais de maior circulação nacional no Brasil. Verificou-se que a grande maioria das vozes consultadas pelos jornais tiveram posições favoráveis às contrarreformas, do mesmo modo que os editoriais publicados.

Essa convergência revela o processo seletivo de amplificação de vozes que corroboram essas posições. Tal alinhamento não é fortuito: ele expressa uma opção editorial que privilegia determinadas visões de mundo em detrimento de outras, limitando, assim, a diversidade de perspectivas no debate público. Nesse sentido, considerando que o processo de neoliberalização ocorre num ambiente de disputas e resistências, fica claro o lado tomado pelos jornais analisados, assim como das vozes que foram consultadas por eles.

No caso específico da RT 2017, observou-se um esforço discursivo direcionado a construir uma imagem positiva da proposta, ancorada na promessa de modernização e progresso. Os enquadramentos tenderam a reforçar uma leitura otimista da reforma, com pouca ou nenhuma atenção aos impactos sociais negativos. Essa estratégia narrativa contribuiu para naturalizar o projeto contrarreformista, diluindo os conflitos sociais envolvidos e apresentando-o como um passo inevitável rumo ao desenvolvimento.

Por outro lado, a RP 2019 foi majoritariamente enquadrada a partir de um diagnóstico de urgência fiscal, na qual a retórica da austeridade ocupou o centro do debate, eclipsando até mesmo propostas alternativas de reconstrução institucional da previdência social. Ao tratar a contrarreforma como remédio meramente técnico e racional para uma suposta crise, os enquadramentos não apenas despolitizaram a questão, como também buscaram criar um consenso em torno da inevitabilidade das medidas adotadas.

A presença marginal de vozes dissidentes, embora registre alguma diversidade discursiva, foi insuficiente para caracterizar um debate plural ou equilibrado. A concentração de enquadramentos favoráveis, somada ao quase alinhamento dos editoriais, sinaliza para uma cobertura assimétrica e, em certa medida, comprometida com um projeto específico. É pertinente questionar se jornais como FSP, OESP e OG, que estão entre os de maior alcance nacional, não deveriam adotar critérios editoriais que garantissem maior pluralidade. Ao priorizar visões alinhadas à sua linha editorial, esses veículos limitam o espaço para o contraditório e, consequentemente, reduzem a possibilidade de que o público tenha acesso a uma cobertura

mais democrática e representativa da diversidade de posições que atravessam a sociedade brasileira.

Fato é que para criar consenso sobre um processo de mudança institucional que interessa às classes ou frações de classe aderentes ao neoliberalismo, o segmento da imprensa aqui estudado atuou no campo da ideologia e no reforço da hegemonia, demonstrando o enraizamento desse processo de neoliberalização nas três estruturais sociais fundamentais analisadas por Cahill (2014). Diante disso, impõe-se a necessidade de discutir o papel da grande imprensa na mediação do debate público e sua responsabilidade em garantir espaço equitativo para a multiplicidade de posições que atravessam temas de profundo impacto social, como as contrarreformas analisadas neste estudo.

Agradecimentos: Agradeço ao CNPq, cujo apoio foi fundamental para a realização desta pesquisa.

Referências

ALMEIDA, Cássia; SETTI, Rennan; DELMAS, Maria Fernanda. Malan diz que “Previdência é o desafio mais urgente, mas não é panaceia”. **O Globo**, 16 jun. 2019.

BLOCK, Fred. Introdução. In: POLANYI, Karl (Org.). **A grande transformação: As origens políticas e econômicas de nossa época**. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 2021. p. 21–44.

BRASIL. **Confira as principais mudanças da Nova Previdência — Instituto Nacional do Seguro Social - INSS**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inss/pt-br/noticias/noticias/confira-as-principais-mudancas-da-nova-previdencia>>. Acesso em: 2 jan. 2025.

BRIGATTI, Fernanda. Fim da multa do FGTS para aposentado pode parar na Justiça. **Folha de São Paulo**, 28 fev. 2019.

BUCCI-GLUCKSMANN, Christine. **Gramsci and the State**. London: Lawrence & Wishart Ltd, 1979.

CAHILL, Damien. **The End of Laissez-Faire?: On the Durability of Embedded Neoliberalism**. Cheltenham, Glos, UK ; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Pub, 2014.

COLOMBI, Ana Paula Fregnani; KREIN, José Dari. Brazilian Labor Market: From the Workers' Party Administrations to the Bolsonaro Government. In: SAAD-FILHO, Alfredo;

COLOMBI, Ana Paula Fregnani; GRIGERA, Juan (Orgs.). **Neoliberalism or developmentalism: the PT governments in the eye of the storm**. Studies in critical social sciences. Leiden ; Boston: Brill, 2022. p. 268–291.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Saúde perdeu R\$ 20 bilhões em 2019 por causa da EC 95/2016.** Disponível em: <<https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1044-saude-perdeu-r-20-bilhoes-em-2019-por-causa-da-ec-95-2016>>. Acesso em: 16 jul. 2024.

CORRÊA, Marcelo. Estudo prevê potencial para reforma trabalhista criar 2,3 milhões de vagas. **O Globo**, 20 jun. 2017.

CUNHA, Joana. Brasil só vai andar quando pararem de fazer leis idiotas, diz Luciano Hang. **Folha de São Paulo**, 11 mar. 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal.** 1ª edição ed. [S.l.]: Boitempo, 2016.

DIEESE. **PEC 6/2019: como ficou a Previdência depois da aprovação da reforma no Senado Federal.** [S.l.]: Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), 2019. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/notatecnica/2019/notaTec214ReformaPrevidenciaAprovada.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2024.

DRUMMOND, Carlos. **Pesquisadores descobrem trapaga do governo em cálculos da reforma da Previdência – Economia.** **CartaCapital**, 17 set. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/economia/pesquisadores-descobrem-trapaca-do-governo-em-calculos-da-reforma-da-previdencia/>>. Acesso em: 18 jul. 2024

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.

FAGNANI, Eduardo. **Previdência: o Debate Desonesto: Subsídios Para a Ação Social e Parlamentar: Pontos Inaceitáveis da Reforma de Bolsonaro.** 1ª edição ed. São Paulo: Editora Contracorrente, 2019.

FAGNANI, Eduardo. O fim do breve ciclo de cidadania social no Brasil (1988-2019): o papel da “reforma” da previdência do governo Bolsonaro. *In*: ETULAIN, Carlos Rui (Org.). **Política pública no Brasil: estudos interdisciplinares contemporâneos.** 1º ed. Córdoba; Campinas: Editorial de la UNC; Universidade Estadual de Campinas-Unicamp. Núcleo de Estudos de Políticas Públicas-Nepp, 2021. p. 28–52.

FILGUEIRAS, Vitor Araújo; BISPO, Bruna; COUTINHO, Pablo. A reforma trabalhista como reforço a tendências recentes no mercado de trabalho. *In*: KREIN, José Darin;

FISHER, Mark. **Realismo Capitalista: É mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?** 1ª edição ed. [S.l.]: Autonomia Literária, 2020.

FLEURY, Sônia. **Sônia Fleury: Reforma da Previdência é o maior confisco sobre a economia popular e sobre os direitos sociais | CEE Fiocruz.**, 28 mar. 2019. Disponível em: <<https://cee.fiocruz.br/?q=Sonia-Fleury-Reforma-da-Previdencia-e-o-maior-confisco-sobre-a-economia-popular-e-sobre-os-direitos-sociais>>. Acesso em: 23 ago. 2019

FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 41–69, dez. 2011.

FONTES, Virgínia. **Brasil E O Capital Imperialismo, O - Teoria E Pratica**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

FOURCADE-GOURINCHAS, Marion; BABB, Sarah L. The Rebirth of the Liberal Creed: Paths to Neoliberalism in Four Countries. **American Journal of Sociology**, v. 108, n. 3, p. 533–579, 2002.

FRAGA, Diego José Nogueira. **“A RAIZ DE TODOS OS NOSSOS PROBLEMAS”: economistas, intelectuais e imprensa no Brasil das contrarreformas**. Tese de Doutorado – Rio de Janeiro, RJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2025.

FRASER, Nancy. **O Velho Está Morrendo e o Novo Não Pode Nascer**. 1ª edição ed. [S.l.]: Autonomia Literária, 2020.

FUNDAÇÃO ULYSSES GUIMARÃES. **Uma Ponte para o Futuro.**, 2015.

GASPARI, Elio. Um dia de trabalho para manter Temer. **Folha de São Paulo**, 2 jul. 2017.

GIMENE, Denis Maracci; DOS SANTOS, Anselmo Luis (Orgs.). **Dimensões críticas da reforma trabalhista no Brasil**. Campinas, SP: Curt Nimuendajú, 2018. p. 69–95.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere Volume 1: Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benedetto Croce**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere - vol. 2**. 1ª edição ed. [S.l.]: Civilização Brasileira, 2017.

GUILBERT, Thierry. **As Evidências do Discurso Neoliberal na Mídia**. 1ª edição ed. [S.l.]: Editora da Unicamp, 2020.

HALL, Stuart. The Problem of Ideology-Marxism without Guarantees. **Journal of Communication Inquiry**, v. 10, n. 2, p. 28–44, 1 jun. 1986.

HALL, Stuart. The Toad in the Garden: Thatcherism among the Theorists. In: NELSON, Cary (Org.). **Marxism and the interpretation of culture**. Communications and culture. Basingstoke: Macmillan Education, 1988.

HOEVELER, Rejane Carolina. O CONCEITO DE APARELHO PRIVADO DE

HEGEMONIA E SEUS USOS PARA A PESQUISA HISTÓRICA. **Revista Práxis e Hegemonia Popular**, v. 4, n. 5, p. 145–159, 2019.

LAVINAS, Lena; CORDILHA, Ana Carolina. Reforma da Previdência: Qualificando o debate brasileiro à luz de experiências internacionais. **Revista NECAT - Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense**, v. 8, n. 15, p. 35–43, 30 jun. 2019.

LAVINAS, Lena; GENTIL, Denise. Brasil anos 2000: a política social sob regência da financeirização. **Novos Estudos - CEBRAP**, v. 37, n. 1, p. 191–211, ago. 2018.

MELO, Jose Marques De. **A Opinião No Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MOTTA, Cláudia. **Militares no governo Bolsonaro: mais de 6 mil ocupam cargos civis. Rede Brasil Atual**, 18 maio 2021. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/politica/militares-governo-bolsonaro-6-mil-cargos-civis/>>. Acesso em: 18 jul. 2024

PACHECO FILHO, Calino Ferreira; WINCKLER, Carlos Roberto. Reforma da Previdência: o ajuste no Regime Geral de Previdência Social. **Indicadores Econômicos FEE**, v. 32, n. 3, p. 151–176, 2004.

PECK, Jamie. **Constructions of Neoliberal Reason**. [S.l.]: Oxford University Press, 2010.

PECK, Jamie; BRENNER, Neil; THEODORE, Nik. Actually Existing Neoliberalism. In: **The SAGE Handbook of Neoliberalism**. 55 City Road: SAGE Publications Ltd, 2018. p. 3–15.

PELLANDA, Andressa. A educação perdeu R\$ 32,6 bi para a EC 95 do Teto de Gastos. **Le Monde Diplomatique**, 26 abr. 2020.

PERRIN, Fernanda. Reforma trabalhista incentiva concentração de sindicatos. **Folha de São Paulo**, 23 jul. 2017.

PINHO, Carlos Eduardo Santos. Welfare State and Epistemic Communities of Fiscal Austerity in Brazil: from Lula da Silva to Jair Bolsonaro (2003-2020). **Sociedade e Estado**, v. 36, n. 01, p. 195–216, 26 maio 2021.

PINTO, Eduardo Costa *et al.* A guerra de todos contra todos e a Lava Jato:: A crise brasileira e a vitória do capitão Jair Bolsonaro. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, 16 dez. 2019.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: As origens políticas e econômicas de nossa época**. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 2021.

PORTO, Mauro P. Enquadramento da Mídia e Política. In: **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo, SP: Editora UNESP, 2004. p. 73–104.

REIS, Tiago. **Joesley day: o que aconteceu com o mercado nesse histórico dia?** Disponível em: <<https://www.suno.com.br/artigos/joesley-day/>>. Acesso em: 5 set. 2023.

STREECK, Wolfgang. **Tempo Comprado: A crise adiada do capitalismo democrático**. 1ª edição ed. [S.l.]: Boitempo, 2018.

TONDO, Stephanie; COSTA, Daiane. Pouco espaço para reforma mais desidratada. **O Globo**, 14 jul. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. 3ª edição ed. [S.l.]: Insular, 2012.

VENUGOPAL, Rajesh. Neoliberalism as concept. **Economy and Society**, v. 44, n. 2, p. 165–187, 3 abr. 2015.

VIMIEIRO, Ana Carolina; DANTAS, Marcela. Entre o explícito e o implícito: proposta para a análise de enquadramentos da mídia. **Lumina**, v. 3, n. 2, 6 dez. 2009.

A DINÂMICA TERRITORIAL DA INDUSTRIALIZAÇÃO
EM TAUBATÉ - SP NO JORNALISMO
EMPRESARIAL LOCAL (1937-1942)

*THE TERRITORIAL DYNAMICS OF
INDUSTRIALIZATION IN TAUBATÉ - SP, IN LOCAL
CORPORATE JOURNALISM (1937-1942)*

*LA DINÁMICA TERRITORIAL DE LA
INDUSTRIALIZACIÓN EN TAUBATÉ - SP EN EL
PERIODISMO EMPRESARIAL LOCAL (1937-1942)*

*Monica FRANCHI CARNIELLO**

*Moacir José DOS SANTOS***

RESUMO: As relações econômicas, políticas, sociais, culturais e ambientais são elementos que compõem as dinâmicas territoriais. Soma-se o lugar da mídia como elemento constituinte dos processos de desenvolvimento na sociedade marcada pela presença dos meios de comunicação. O objetivo geral deste trabalho é analisar como o C.T.I. Jornal representou a dinâmica territorial decorrente do fenômeno de industrialização de Taubaté-SP nas décadas de 1930 e 1940. Para isso, foi realizada uma pesquisa documental sobre período entre 1937 a 1942, com uso do método de análise de conteúdo e abordagem qualitativa. As categorias de análise se fundamentaram nos elementos constituintes da dinâmica territorial. Verificou-se que o processo socioespacial decorrente da industrialização gerou transformações significativas no território de Taubaté, representadas no jornal e difundidas pelo periódico. A pesquisa permite compreender a mídia para além de um mecanismo de representação, assumindo um lugar partícipe das dinâmicas territoriais.

* Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora titular da Universidade de Taubaté, do Programa de Pós-graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional e professora da Fatec Pindamonhangaba. <https://orcid.org/0000-0002-3107-901X>. E-mail: monicafcarniello@gmail.com

** Doutor em História. Professor da Universidade de Taubaté, do Programa de Pós-graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional e professor da Fatec Pindamonhangaba. <https://orcid.org/0000-0001-6865-0630>. E-mail: professormoacirsantos@gmail.com

PALAVRAS-CHAVE: Dinâmica territorial. Jornalismo empresarial. Industrialização. Taubaté.

ABSTRACT: *Economic, political, social, cultural, and environmental relations shape territorial dynamics. Added to this is the role of the media as a constituent element in development processes within a society marked by the presence of communication media. The general objective is to analyze how the C.T.I. Jornal represented the territorial dynamics resulting from the industrialization phenomenon in Taubaté-SP during the 1930s and 1940s. To achieve this, documental research was conducted covering 1937 to 1942, using a qualitative approach and content analysis method. The analytical categories were based on the constituent elements of territorial dynamics. It was found that the socio-spatial process resulting from industrialization led to significant transformations in the territory of Taubaté, which were represented and disseminated through the newspaper. The research enables an understanding of the media beyond a mere mechanism of representation, recognizing its participatory role in territorial dynamics.*

KEYWORDS: *Territorial dynamics. Corporate journalism. Industrialization. Taubaté.*

RESUMEN: *Las relaciones económicas, políticas, sociales, culturales y ambientales son elementos que conforman las dinámicas territoriales. A ello se suma el lugar de los medios de comunicación como elemento constitutivo de los procesos de desarrollo en una sociedad marcada por la presencia de los medios. El objetivo general es analizar cómo el C.T.I. Jornal representó la dinámica territorial derivada del fenómeno de industrialización de Taubaté-SP en las décadas de 1930 y 1940. Para ello, se realizó una investigación documental entre los años 1937 y 1942, con un enfoque cualitativo y método de análisis de contenido. Las categorías de análisis se fundamentaron en los elementos constitutivos de la dinámica territorial. Se constató que el proceso socioespacial resultante de la industrialización generó transformaciones significativas en el territorio de Taubaté, representadas y difundidas por el periódico. La investigación permite comprender a los medios más allá de un mecanismo de representación, asumiendo un lugar participativo en las dinámicas territoriales.*

PALABRAS- CLAVE: *Dinámica territorial. Periodismo empresarial. Industrialización. Taubaté.*

Introdução

As dinâmicas territoriais, compreendidas como processos de transformação do espaço geográfico, têm como elementos constituintes as relações econômicas,

políticas, sociais, culturais e ambientais que se entrelaçam na conformação e organização dos territórios (Saquet, 2017; Santos, 1996).

Na sociedade contemporânea, a mídia torna-se elemento partícipe dos processos de desenvolvimento dos territórios, adquirindo proeminência à medida que as tecnologias de informação e comunicação se ampliam e se capilarizam nas práticas sociais. Santos (1996) reconhece que as redes técnicas e de informação transformam o espaço geográfico e se inserem como vetores de difusão de valores e práticas sociais.

Dessa forma, analisar o lugar da mídia na compreensão das dinâmicas territoriais mostra-se pertinente, dado seu protagonismo na sua sociedade caracterizada pelo fenômeno da midiatização, no qual as relações sociais e práticas cotidianas são moldadas pelas tecnologias de mediação e pelas empresas de mídia (Hjarvard, 2013).

A emergência da mídia como elemento constitutivo dos processos de desenvolvimento se inicia ainda no contexto da comunicação de massa (Schramm, 1970), que ganha proeminência no século XX, tornando-se um de seus aspectos marcantes por estar diretamente relacionada à formação de mercados e desenvolvimento industrial, tanto de bens de consumo quanto de produtos culturais. Atualizando essa abordagem, Carniello (2022) identifica as relações entre comunicação e desenvolvimento na contemporaneidade, compreendendo a comunicação como elemento estruturante dos processos de desenvolvimento.

A mídia atua, também, como mediadora da comunicação estratégica das organizações públicas e privadas para legitimar seus projetos de desenvolvimento juntos aos públicos, tanto internos quanto externos (Nassar, 1995). Destaca-se a relevância dos primeiros jornais empresariais como veículos que representavam as dinâmicas econômicas, sob o viés das organizações, na primeira metade do século XX, cuja análise permite compreender as representações das transformações econômicas ocorridas no período.

Este artigo aborda o fenômeno da industrialização sob o prisma de um jornal empresarial, especificamente o fenômeno da industrialização do município de Taubaté-SP, na primeira metade do século XX. A Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.), indústria têxtil, que protagonizou o processo de industrialização e urbanização do município, editou um jornal empresarial nas décadas de 1930 e 1940 que fez parte das dinâmicas sociais e econômicas do município.

Delimitou-se como objetivo geral analisar como o C.T.I. Jornal representou a dinâmica territorial decorrente do fenômeno de industrialização de Taubaté-SP nas décadas de 1930 e 1940.

A justificativa desta abordagem reside no fato que o C.T.I. jornal, regionalmente, representa um veículo de comunicação de relevância para a compreensão do fenômeno da industrialização do município de Taubaté-SP, inserido na região do

Vale do Paraíba, que durante o século XX passa por um período de transformação econômica pautado na industrialização como principal vetor de desenvolvimento. Em 2012 foi elevada à condição de Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (São Paulo, 2012), se consolidando na segunda metade do século XX como um eixo industrial reflexo do espraiamento da indústria paulistana e de projeto nacional de desenvolvimento.

O artigo se organiza em uma seção com o referencial teórico, que aborda o fenômeno da industrialização de Taubaté-SP enquanto processo dinamizador do território e o jornal C.T.I. como um veículo de relevância para a compreensão do cenário econômico local; uma seção com o percurso metodológico da pesquisa; uma seção com resultados e discussões; seguido das considerações finais.

O processo de industrialização do município de Taubaté-SP como transformador das dinâmicas territoriais

O município de Taubaté-SP, localizado no eixo Rio de Janeiro-São Paulo, dentre suas dinâmicas territoriais, inicia seu processo de industrialização com a chegada da Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.), do setor têxtil, em 1891 (Bandeira; Abdala, 2024). A instalação da C.T.I. impacta e marca a urbanização do município, que adquire novos contornos, e, dentre outros fenômenos, fomenta a mídia local com a publicação de um jornal empresarial, o C.T.I. Jornal.

Para situar a vinda da C.T.I. para Taubaté, faz-se necessário contextualizar o momento de industrialização do Vale do Paraíba Paulista, que se inicia na Primeira República (1889-1930), período no qual a exportação de matérias-primas era o motor econômico do país. No Vale do Paraíba Paulista, o café era o produto destinado ao mercado externo. Entretanto, a produção de café perde progressivamente protagonismo na região, com o declínio da produção nas primeiras décadas do século XX em relação ao conjunto da produção estadual, ainda que tenha preservado a função de gerar capital que circulava no Vale do Paraíba (Ricci, 2003). Nesse cenário, a queda na produção regional se torna irreversível mediante os efeitos da crise econômica global de 1929.

A indústria têxtil marca a industrialização do Vale do Paraíba Paulista, que ao final da República Velha concentrava parte considerável da produção nacional voltada inicialmente para produtos mais populares (Ricci, 2003). Além da C.T.I., instalada em Taubaté em 1891, destaca-se a inauguração da tecelagem Paraíba, em 1925, no município de São José dos Campos, impulsionada por incentivos fiscais concedidos para a sua instalação (Rodrigues et al, 1992).

Conforme Ricci (2002), o Vale do Paraíba Paulista sediou algumas das indústrias têxteis mais relevantes do país no período da Primeira República: Malharia

Nossa Senhora da Conceição, que fabricava meias; Tecelagem Parahyba, que fabricava lonas e cobertores; Companhia Fiação e Tecelagem Guaratinguetá, fabricante de fabricava lonas e cobertores); Companhia Fabril de Juta, que focava nas sacas de café); e a Companhia Taubaté Industrial – C.T.I., objeto deste estudo, que era fabricante de tecidos de algodão para roupas; cretone para toalhas de mesa e lençóis; felpos de algodão para toalhas; e juta para embalagens.

A decisão por espriar as unidades industriais para o Vale do Paraíba Paulista possui relação com a existência da atividade cafeeira na região, que mantinha uma renda circulante na região, ainda que menor em comparação ao apogeu da produção em meados do século XIX, bem como a posição logística entre Rio de Janeiro e São Paulo, que à época contava com uma conexão ferroviária (Ricci, 2002).

Observa-se que as primeiras décadas de atividade industrial no Vale do Paraíba Paulista estão diretamente relacionadas à expansão da população urbana. O investimento de capital na indústria buscava atender a demanda por bens de consumo, como é o caso do setor têxtil. Entretanto, a década de 1930 tem como marco a ascensão de Getúlio Vargas ao poder e a implementação de um novo modelo de desenvolvimento econômico, no qual o Estado passou a apoiar a industrialização como atividade estratégica para assegurar o desenvolvimento econômico e a segurança nacional (Santos e Remoaldo, 2017).

A diversificação das atividades industriais e a expansão da população urbana constituíram os dinamos propulsores da economia nacional. Simultaneamente, ocorria o crescimento da classe operária e de suas reivindicações. Desse modo, a partir da década de 1930, denotam-se dois movimentos simultâneos: a industrialização apoiada pelo Estado com a diversificação da produção, que progressivamente tornou a indústria nacional apta a atender necessidades para além dos bens de consumo; e a consolidação da classe operária enquanto ator político e social incontornável. Os efeitos desses dois movimentos se configuraram de modo específico em cada território.

Para compreender como os territórios foram transformados nesse período pela política de industrialização, adota-se como suporte teórico a relação entre as dinâmicas territoriais e os modelos econômicos que é evidenciada por Cidade, Vargas e Jatobá (2008, p.19), ao afirmarem que “os processos que se estabelecem no espaço em decorrência da dinâmica da acumulação contribuem para estabelecer uma configuração territorial em contínua mutação”. Complementam que “a formação de complexos industriais e a expansão metropolitana, propícias às economias de escala e de aglomeração, representaram a configuração territorial típica do fordismo” (Cidade, Vargas e Jatobá, 2008, p.20).

Taubaté vivencia, com a instalação da indústria, um processo de urbanização e todas as suas decorrências, como a formação de uma classe operária, a organização de novas instituições, com repercussões sobre as dinâmicas sociais, culturais e

territoriais. Compreender esse cenário é fundamental, considerando a centralidade de Taubaté no cenário regional desde o período colonial, particularmente em um contexto marcado pela mudança do eixo econômico regional, da produção cafeeira para a indústria. Ressalta-se que essa mudança acompanha a dinâmica nacional, pois a partir de 1930 o Estado atua para a redução da dependência do mercado externo via exportação de bens primários e reduzido valor agregado, para a expansão do mercado interno mediante a associação entre urbanização e industrialização (Cano, 2007). Tal mudança implica a alteração das relações sociais derivadas dos principais eixos econômicos, em particular das dinâmicas centradas na produção agrária para aquelas derivadas da concentração econômica no ambiente urbano (Vieira e Santos, 2012).

A compreensão desse cenário requer associado aos efeitos da industrialização no município de Taubaté, demanda ancoragem teórica no conceito dinâmica territorial para a compreensão dos processos de desenvolvimento de cada território. Conforme Dallabrida, Siedenberg e Fernández (2004, p. 14),

A dinâmica territorial do desenvolvimento, diz respeito às diferentes formas dos atores-agentes e organizações-instituições locais ou regionais organizarem-se para atuarem no processo de desenvolvimento de um determinado âmbito espacial (município-região-território).

Saquet (2007) reforça que o território é vinculado, delimitado e definido com base nas relações de poder. Becker (1995) ressalta que os diferentes grupos de poder manifestam seu poder em áreas específicas dos territórios, visto que eles são produzidos pela prática social. Dessa forma, um território é produzido e definido pela infraestrutura econômica, mas regulado pelas relações políticas e de poder.

Na visão de Haesbaert (2006), o território é um espaço apropriado politicamente, economicamente e culturalmente por grupos sociais que estão em contínua relação de poder entre si. Raffestin (1993) evidencia que um território possui delimitações materiais e imateriais, manifestadas em seus limites físicos e abstratos, no campo das representações. Santos (1996), corrobora ao identificar um conjunto indissociável de sistemas de objetos (fixos) e sistemas de ações (fluxos) como elementos presentes nas dinâmicas espaciais.

A industrialização em Taubaté, acompanhada da urbanização, altera a dinâmica territorial presente no município. Entretanto, essas mudanças não ocorrem no vazio. Há que se considerar a tessitura territorial produzida com o entrelaçamento da dinâmica local com o regional e o nacional (Vieira e Santos, 2012). Localmente, o município experimentava a transição de uma economia agrícola para a industrial em um cenário marcado por paternalismo político e acesso restrito aos mecanismos de poder. Regionalmente, os municípios, além de experimentarem a transição do rural para o urbano, recebiam estímulos econômicos para a industrialização, advin-

dos da localização privilegiada entre São Paulo e Rio de Janeiro - Rio de Janeiro ainda era capital federal -, o que implicava em uma ruptura histórica com o padrão predominante desde o período colonial, delineado por atividades agrícolas e por ser, o Vale do Paraíba, uma região de passagem para o interior do Brasil. Nacionalmente, o longo período de Getúlio Vargas representava a alteração das relações de poder e das bases econômicas da produção da riqueza nacional. Ainda que a desigual distribuição da riqueza e do poder tenha se mantido no período Vargas, a emergência da classe operária e perda da hegemonia das oligarquias rurais, resultava em uma nova configuração das relações entre as elites econômicas e políticas e dessas para com o Estado e para com a sociedade nacional (Vieira e Santos, 2013).

Nesse cenário, em Taubaté, conjugava-se a pretensão da elite local em manter seu controle da dinâmica econômica e política local, em um processo de mudanças marcado por expansão das atividades industriais e da população, em especial da classe trabalhadora, cuja liderança era disputada com possíveis líderes sindicalistas, inclusive potenciais anarquistas e socialistas. Assim, o controle da classe operária e o alinhamento com o poder nacional reconfigurado, configuravam aspectos fundamentais para o exercício da hegemonia política em um território em transformação.

Neste artigo, as dinâmicas territoriais decorrentes da industrialização de Taubaté são analisadas com base nas representações presentes no C.T.I. Jornal, jornal empresarial criado pela C.T.I. em 1937. Destaca-se que o jornal objetivava o público composto por trabalhadores da C.T.I. e demais municípios, pois os proprietários da empresa estavam envolvidos com a dinâmica política de Taubaté. A própria criação do jornal pode ser relacionada à abordagem de Santos (1996), que entende que o espaço evoluiu para um ambiente técnico-científico-informacional, convertendo os territórios em áreas nacionais dentro da economia global, o que intensifica as especializações produtivas e reconfigura a divisão social e territorial do trabalho. Para compreender o lugar do C.T.I. jornal na dinâmica do município, apresenta-se a seção subsequente.

C.T.I. Jornal

O C.T.I. Jornal nasce em um contexto no qual o jornalismo econômico ainda não se constituía como uma editoria claramente delimitada. Puliti (2013) esclarece que na década de 1930, iniciou-se uma presença mais intensa de temas econômicos no Grupo Folha, com ênfase no setor agropecuário, o que era condizente com um país produtor e exportador de produtos primários. As temáticas econômicas ganharam espaço durante a ditadura militar, a partir do golpe de 1964, quando outras temáticas foram minimizadas ou silenciadas pela censura, o que deu espaço para o jornalismo econômico (Puliti, 2013).

Dessa forma, o processo de industrialização que ganhava corpo no início do século XX, foi retratado sob abordagens diversas do jornalismo. Em Taubaté, especificamente, o C.T.I. Jornal, um jornal empresarial e que elevava a figura de seu fundador, Felix Guisard, é o registro midiático do período que fornece elementos para compreender o processo de industrialização e seus efeitos na dinâmica territorial do município. Destaca-se, conforme Ricci (2003, p.01), que “os industriais assumiram o lugar das antigas elites cafeiras no plano econômico, político e social, ocupando vários cargos políticos, oferecendo assistência social e promovendo manifestações culturais urbanas”. Esse papel é representado na imprensa local, especialmente no jornal empresarial editado pela C.T.I.

Gonçalves (2008, p.121) destaca que

que o C.T.I. Jornal não pertencia aos quadros da chamada imprensa operária, mas à iniciativa das elites empresariais que administravam a Companhia Taubaté Industrial, em parceria com o sindicato da categoria, composto por lideranças que, em geral, freqüentavam as páginas do jornal e contribuíam para alimentar a pauta mensal. O *C.T.I. Jornal* foi criado para divulgar as iniciativas da fábrica nos campos da educação escolar, do lazer, da produção, do esporte, da habitação, da religião, dentre outros. O periódico possuía uma tiragem de aproximadamente 1.000 exemplares.

Conforme Oliveira e Assis (2007), o C.T.I. Jornal teve sua primeira edição publicada em 15 de abril de 1937, e circulou até 1946. No entanto, o acervo existente contempla até o número 60, datado de 05 de abril de 1942. Os autores ressaltam que C.T.I. Jornal era distribuído gratuitamente aos funcionários da fábrica, bem como a instituições públicas e órgãos de imprensa não apenas de Taubaté, o que ampliava seu alcance e influência. Quanto à linha editorial,

o jornal de empresa deveria “instruir e educar” com matérias úteis e de fácil assimilação aos leitores. Estes, de modo geral, alfabetizados, mas com pouca instrução formal, deveriam também possuir valores morais e contribuir para o desenvolvimento da personalidade “sem desvios ou complexos”. Os jornalistas do C.T.I. Jornal procuravam pautar os assuntos do cotidiano sempre com comentários, citações ou exemplos de como os funcionários deveriam se comportar ou o que deveriam ler ou fazer no seu horário de descanso. A empresa era sempre colocada em alta, vista como um “bem maior”, e era representada pelo seu fundador, Félix Guisard, que estava acima do bem e do mal (Oliveira, Assis, 2007, p.05).

O C.T.I. Jornal compõe o período de estruturação do jornalismo empresarial brasileiro no início do século XX, conforme Rego (1984), relacionado ao período

de industrialização nacional. Dentre as primeiras iniciativas, o autor destaca o *Boletim Light*, lançado em 1923 e a *Revista General Motors*, de 1926, veículos que objetivavam difundir informações institucionais promovendo uma imagem positiva das empresas para os públicos internos e externos, o que pode ser transferido ao caso do C.T.I. Jornal.

Relevante destacar que os jornais empresariais possuem suas características que por vezes se afastam dos princípios do jornalismo, por assumirem seu objetivo maior de comunicação institucional estratégica, a despeito do formato adotado. O jornalismo empresarial brasileiro emerge, nos anos 1920-30, como um dispositivo de legitimação da modernização industrial, voltado a disciplinar a força de trabalho e manter a ordem. Para Kunsch (2006), esses periódicos integram a comunicação organizacional estratégica, articulando informação, identidade e poder.

Para evidenciar as dissonâncias entre o jornalismo e o jornalismo empresarial, foi elaborado o Quadro 1, com base nas características do jornalismo elencadas por Traquina (2005).

Quadro 1: Características do jornalismo e do jornalismo empresarial

Fatores caracterizadores	Jornalismo	Comunicação institucional/ empresarial
Relato do real	Acontecimentos conforme critérios de noticiabilidade	Acontecimentos da própria organização.
Compromisso com a verdade factual	Uso de múltiplas fontes.	Relatos parciais, com fintes de interesse da organização.
Objetividade	Separação de fato e opinião.	Conteúdos opinativos e informativos sem clara distinção com foco na imagem positiva da empresa.
Isenção	Sem emissão de juízo de valor.	Conteúdos opinativos.
Interesse público	Conteúdos de interesse público.	Conteúdos de interesse da organização.
Autonomia editorial	Independência frente a fontes e anunciantes.	Alinhamento aos interesses da organização.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Traquina (2005) e Kunsch (2006).

Com base no acervo existente do C.T.I. Jornal, faz-se possível traçar uma análise das dinâmicas territoriais vivenciadas no município de Taubaté-SP, frente à gênese de seu processo de industrialização, considerando o lugar que o jornal exerceu para legitimar a fase de industrialização do município. Para tal, apresenta-se, a seguir, o método da pesquisa.

Método

A pesquisa caracteriza-se como exploratória, de abordagem qualitativa, com delineamento documental. Os documentos foram tratados por meio de análise de conteúdo, método adequado para a investigação de fenômenos simbólicos (Fonseca Júnior, 2011).

O corpus de pesquisa foi selecionado nas edições do jornal que compõem o acervo do C.T.I. Jornal do Centro de Documentação e Pesquisa Histórica (CDPH) da UNITAU. Para seleção dos conteúdos, foi realizada a leitura flutuante das edições de 1937 a 1942, de periodicidade mensal, e selecionados os conteúdos que abordavam os efeitos da industrialização na dinâmica do município, elegendo a industrialização como paradigma de análise, enquanto um processo socioespacial interveniente da dinâmica territorial de Taubaté no período estudado (1937 a 1942). Retoma-se que o jornal circulou até 1946, mas o acervo existente contempla o período de 1937 a 1942.

A análise dos conteúdos selecionados como corpus considerou texto e imagens, com base na compreensão de que o discurso jornalístico é constituído por múltiplas linguagens — verbais e visuais — que operam de forma articulada na construção de sentidos. Assim, considerar apenas o conteúdo textual limitaria a compreensão das global do conteúdo.

Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo pode ser aplicada a qualquer tipo de comunicação, desde que se respeite o critério de significância, o qual está presente tanto em textos quanto em imagens. Com base nisso, as imagens analisadas foram tratadas como unidades de sentido a ser em codificadas, categorizadas e interpretadas e considerando sua relação com texto, segundo os critérios definidos previamente.

Com base no referencial teórico, alicerçado no conceito de dinâmica territorial, foram definidas as categorias de análise apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2: Categorias de análise

Categoria	Descrição	Autores
Atores sociais e instituições	Identificação dos sujeitos e organizações atuantes na dinâmica territorial.	Saquet (2007); Santos (1996).
Usos e apropriações do território	Formas de disputa, utilização e transformação do território pelos atores, para finalidades diversas.	Haesbaert (2004); Becker (1995).
Conflitos e desigualdades	Relações de poder e assimetrias entre os grupos sociais no território.	Saquet (2007); Santos (2000).
Redes e fluxos territoriais	Identificação das redes materiais e imateriais nas dinâmicas territoriais (infraestrutura, comunicação, relações de poder).	Haesbaert (2004); Santos (2000).

*A dinâmica territorial da industrialização em Taubaté - SP
no jornalismo empresarial local (1937-1942)*

Categoria	Descrição	Autores
Temporalidades do território	Relação entre permanências e rupturas do tempo histórico e seu efeito nas transformações do território.	Saquet (2007); Becker (1995).
Projetos territoriais	Projetos de transformação e intervenção territorial de organizações ou populares.	Saquet (2007); Raffestin (1993).
Escalas territoriais	Análise da articulação entre escalas do desenvolvimento (relação local, regional, nacional, global) no território de análise.	Haesbaert (2004); Saquet (2007).

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

Ao todo, foram selecionadas 15 matérias como representativas das categorias, após leitura flutuante. Observou-se que havia uma repetição frequente nas temáticas abordadas nas edições subsequentes. Nesse caso, foi selecionada uma matéria de cada temática abordada.

Resultados e discussão

A análise de conteúdo realizada identificou e categorizou os conteúdos encontrados, que possibilitaram compreender as dinâmicas territoriais do município de Taubaté a partir da gênese de seu processo de industrialização, marcado pela instalação da C.T.I. em 1891. Destaca-se que quando o C.T.I. Jornal começa a ser editado, a empresa já estava consolidada o município, após passar por períodos difíceis. Dessa forma, o período representado no jornal já apresenta uma fase na qual a empresa estava plenamente estabelecida e participe do processo de desenvolvimento do município.

Os resultados foram organizados em quadros, que identificam as matérias encontradas por categoria de análise, seguidos de discussão dos resultados.

Quadro 3: Categoria: Atores sociais e instituições.

Categoria: Atores sociais e instituições	
Título	Data
A campanha contra a tuberculose pelo Hospital de Santa Izabel. Na tarde memorável de ontem se alicerçou definitivamente a grande obra da humanidade. Mais um gesto de excelsa nobreza do gigante da filantropia em Taubaté – Felix Guisard. A cooperação da família Guisard e da C.T.I.	21 de novembro de 1941.
Felix Guisard. Tombou o gigante! Descansa na paz do Senhor o sementeador de beleza e bondade.	05 de abril de 1942.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

As matérias apresentadas demonstram a intenção do jornal em apresentar uma imagem de enaltecimento da figura do Felix Guisard, conforme Figura 1.

Figura 1: Imagem do casal Felix Guisard.



Fonte: C.T.I. Jornal, edição de 21 de novembro de 1941, p.03.

Destaca-se o amplo uso de adjetivações que enaltecem a figura do empresário, tal qual na legenda da Figura 1, bem como a exemplo: “O venerado bemfeitor [sic] taubateano, escreve no livro palavras simples de oferecimento, com a mão forte com a qual tem timoneado a sua vida exemplar de cidadão patriota [...] (C.T.I. Jornal, 21 de novembro de 1941, p. 03).

A formação de uma imagem pública de filantropos bondosos, demonstra que a figura dos empresários da indústria passa a adquirir uma centralidade na dinâmica de desenvolvimento do município, substituindo os antigos barões do café, o que revela que a transição da matriz econômica está associada também ao reordenamento dos papéis sociais e dos valores culturais de um território. Observa-se que o jornal empresarial fazia uso do recurso opinativo como estratégia para gerar uma imagem enaltecida do empresário, sem contrapor com uso de outras fontes.

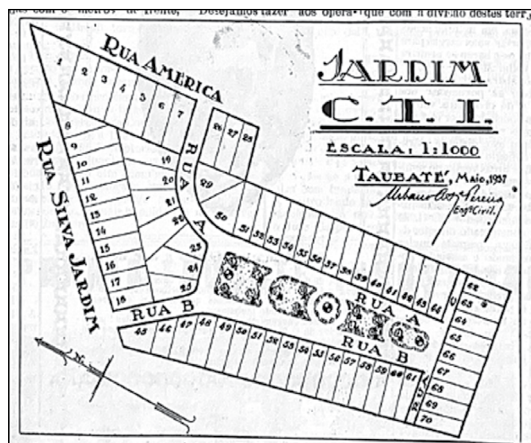
Quadro 4: Categoria: Usos e apropriações do território.

Categoria: Usos e apropriações do território	
Título	Data
A casa do operário.	15 de julho de 1937.
[Sem título. Publicação da planta dos lotes das casas operárias].	15 de setembro de 1937.
Projecto do Edifício de Escriptorios da Companhia Taubaté Industrial [sic].	15 de janeiro de 1938.
Um amigo da instrução. Creada a 2ª Escola Industrial Mixta, destinada aos filhos dos operários da Cia. Industrial de Taubaté.	15 de agosto de 1938.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

A conformação urbana com base na presença da C.T.I. no município é evidente, o demonstra a abordagem de Cidade, Vargas e Jatobá (2008) que estabelecem uma relação entre a configuração territorial e as dinâmicas de acumulação. No caso da C.T.I., o modelo fordista e a abordagem patronal na relação com os operários. A Figura 2 apresenta a planta da vila operária que hoje se situa na região central do município.

Figura 2: Planta dos lotes das casas operárias.



Fonte: C.T.I. Jornal, 15 de janeiro de 1938, p.01.

Na edição de 15 de julho de 1937, p. 01, menciona-se:

É um assumpto definitivamente resolvido pela Directoria da C.T.I. fazer com que todos os seus operarios sejam proprietários das casas de moradia. Todo operario da C.T.I. que tiver uma família deverá dentro de algum tempo ser dono do próprio lar. Os terrenos adquiridos pela C.T.I. e destinados a esse fim se encontram nas proximidades das fabricas para facilitar aos operarios [sic].

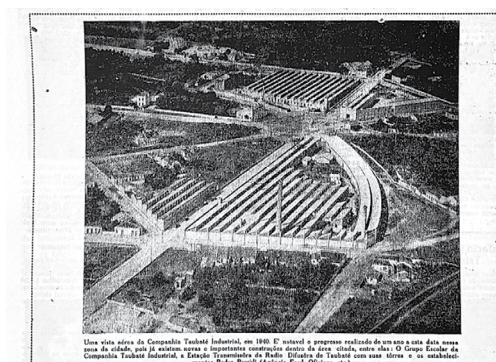
A Figura 3 e 4 demonstram, respectivamente, o projeto do prédio administrativo da empresa, bem como uma vista aérea do ambiente urbano destacado a C.T.I. como vetor de progresso do município. A abordagem da conformação urbana é factual, mas não se apresentam quaisquer fontes que se pusessem contrárias ou afetadas negativamente por esse processo, que reconfigurou de forma significativa o espaço urbano.

Figura 3: Projeto do prédio administrativo da C.T.I.



Fonte: C.T.I. Jornal, 15 de janeiro de 1938.

Figura 4: Vista aérea da C.T.I.



Fonte: C.T.I. Jornal, edição de 04 de maio de 1941.

Destaca-se que a industrialização inicia um processo de urbanização acelerado no país, que segundo Santos (1993) se relaciona profundamente com a lógica do capital, do qual a industrialização é um dos marcos, e resulta em desigualdade social e contradições espaciais na dicotomia modernização técnica e exclusão social, conforme identificado no Quadro 5.

Quadro 5: Categoria: Conflitos e desigualdades.

Categoria: Conflitos e desigualdades	
Título	Data
Com o instituto dos industriários.	15 de outubro de 1939.
Grande congresso operário. Taubaté terá em meados de Maio um grande Congresso Operario. As questões transcendentais do problema social serão tratadas com especial carinho.	15 de março de 1937.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Apesar de o período abordado coincidir com a conquista gradual de direitos trabalhistas, que se consolidam em 1943 com a instituição da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho no governo de Getúlio Vargas, a distinção de classes e a divisão social do trabalho são evidentes na estruturação da nova sociedade industrial que emergia. “É difícil, apesar de todas as leis de proteção ao trabalho, a vida do trabalhador brasileiro” [sic] (C.T.I. Jornal, 15 de outubro de 1939. p.01). A temática das leis trabalhistas era constante nas páginas dos jornais, tanto para evidenciar conquistas, quanto para reivindicar direitos, o que caracterizava a transformação do mundo do trabalho no ambiente urbano. Os temas gerais que impactavam na vida dos operários da fábrica eram identificados seletivamente para fortalecer e manter sob controle os trabalhadores na nova dinâmica industrial que se desenhava no município.

Quadro 6: Categoria: Redes e Fluxos Territoriais.

Categoria: Redes e Fluxos Territoriais	
Título	Data
Grande exposição de sericicultura, agro-pecuária e industrial em comemoração ao 1º centenário de elevação de Taubaté à categoria de cidade.	21 de novembro de 1941.
Festivamente inaugurado o Banco do Vale do Paraíba. Dois acontecimentos de notável repercussão social e econômica em nossa zona. As brilhantes solenidades de inauguração realizadas respectivamente a 1 e 5 do corrente em Taubaté e Guaratinguetá.	22 de janeiro de 1942.
Ubatuba	15 de maio de 1937.
Primeira Exposição Industrial Norte Paulista	15 de junho de 1937.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Esta categoria evidencia a relação de Taubaté com a sua região de inserção, com outros municípios que vivenciavam direta o indiretamente os efeitos da industrialização, conforme de observa em: “Durante o Primeiro Congresso Operário Norte Paulista, com tanto brilho realizado em Taubaté, nos dias 14, 15 e 16 de Maio proximo passado, houve também em nossa cidade uma exposição de produtos da indústria local e regional que ocorreu magnificamente” [sic] (C.T.I. Jornal, 21 de novembro de 194, p.01).

Quadro 7: Categoria: Temporalidades do território.

Categoria: Temporalidades do território	
Título	Data
A C.T.I. comemora hoje seu cinquentenário de fundação.	04 de maio de 1941.
Protejamos nossas riquezas. Algodão, riqueza do Brasil.	15 de novembro de 1938.
Crise têxtil	15 de março de 1939.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Esta categoria permite identificar as marcas temporais na transformação do território, o que se identifica no dizer “Meio século de progresso e engrandecimento da indústria brasileira”. O jubileu do trabalho taubateano de Felix Guisard” (C.T.I. Jornal, 04 de maio de 1941, p.01). Bem como permite situar o processo vivenciado por Taubaté no seu contexto regional e nacional. No caso, tem-se um momento de escassez da matéria-prima algodão para a confecção têxtil da C.T.I., que “produzia mais de 11 milhões de metros de tecidos de algodão anualmente, respondendo por 1,75% da produção nacional”, conforme Ricci (2003).

Quadro 8: Categoria: Projetos territoriais.

Categoria: Projetos territoriais	
Título	Data
Assinado contrato para construção do porto de Ubatuba.	15 de dezembro de 1940.
Onde está o dinheiro	20 de março de 1940.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Nesta categoria, para além da transformação urbana vivenciada pelo município de Taubaté, conforme evidenciado no Quadro 4, destacam-se aqui menções a projetos regionais de grande porte que se relacionam com o processo de industrialização regional. A construção de um porto em Ubatuba, potencialmente relacionado a cadeia logística industrial, bem como o questionamento da falta de investimentos para o aprimoramento da infraestrutura do país para a nova realidade industrial aparecem como exemplos da interface do município com o projeto de desenvolvimento do país. “Um dos grandes obstáculos, senão o maior de todos, com que nos defrontamos para dar execução a um projecto de expansão economica é sem duvida a escassez de capitães” [sic] (C.T.I. Jornal, 20 de março de 1940, p.01).

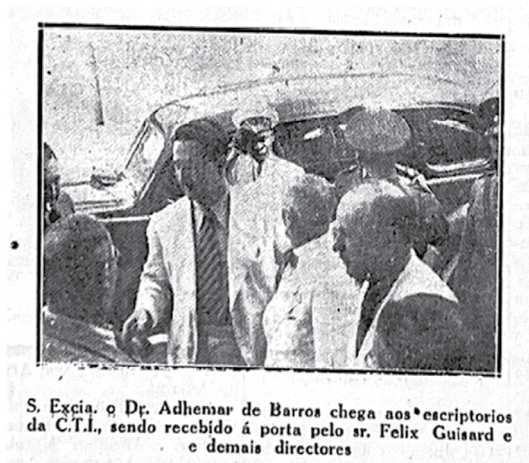
Quadro 9: Categoria: Escalas territoriais.

Categoria: Escalas territoriais	
Título	Data
10 de novembro e o Estado Novo. Taubaté comemorou solenemente a passagem do 4º aniversário do regime. O desfile cívico irradiado pela Rádio Difusora de Taubaté.	21 de novembro de 1941.
Dr. Adhemar Pereira de Barros. Sua visita a Taubaté. Recepção oficial. O grande desfile popular. Visita às fábricas. Outras notas.	15 de janeiro de 1939.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

A adesão da família Guisard à situação política nacional se reflete nas comemorações do regime político, que se repetem nos anos de edição de jornal, e são percebidas na recepção festiva que Adhemar Pereira de Barros, interventor federal em São Paulo nomeado por Getúlio Vargas durante o Estado Novo, conforme Figura 5.

Figura 5: Recepção de Adhemar de Barros



Fonte: C.T.I Jornal, 15 de janeiro de 1939, p. 01.

A industrialização de Taubaté está associada a um contexto econômico e político que leva a mudança gradual da matriz agrícola de um país exportador de bens primários para uma industrialização tardia, se comparada aos países centrais do capitalismo, para mitigar a dependência tecnológica de bens manufaturados.

Considerações finais

O objetivo geral foi analisar como o C.T.I. Jornal representou a dinâmica territorial decorrente do fenômeno de industrialização de Taubaté-SP nas décadas de 1930 e 1940.

Com base nas análises, demonstrou-se que o processo socioespacial decorrente da industrialização gerou transformações significativas no território de Taubaté. As categorias de análise permitiram demonstrar que as transformações geradas superaram a visão meramente economia, ao identificar transformações de uso do território que se deu pela aceleração da urbanização do município, pela conformação do espaço intraurbano em função do modelo industrial que se consolidava. Observa-se, também, uma reorganização social com a formação de uma classe operária em com a reorganização dos centros de poder para os empresários da indústria.

Também foi possível identificar os elos políticos com as estruturas hegemônicas vigentes, bem como a inserção do município como partícipe de um projeto de desenvolvimento em escala estadual e nacional.

Destaca-se que as análises foram possíveis graças ao lugar que o jornalismo empresarial já desempenhava à época, e percebido pelas organizações como uma ferramenta para dialogar com seus públicos de forma estratégica, para legitimar seus projetos de desenvolvimento. A publicação se tratava muito mais como um recurso de comunicação institucional para legitimar a empresa e seus impactos sociais, econômicos e políticos no município. No entanto, seu formato e alcance que a teve pela ampla circulação no município, fez com que o C.T.I. Jornal ocupasse, por vezes, o que seria o lugar do jornalismo sem o viés empresarial. Atualmente, essas publicações se convertem em uma fonte de pesquisa para compreender as dinâmicas territoriais da época, marcadas pelo fortalecimento das indústrias que se instalavam na região.

Ademais, faz-se necessário compreender a mídia para além da representação de um período, e sim como elementos estruturantes que fazem parte dos processos de desenvolvimento de um território, por sua indissociável correlação com as dinâmicas territoriais.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Daniel Augusto Pinto; ABDALA, Rachel Duarte. Companhia Taubaté Industrial e a importância da população na preservação dos patrimônios históricos. In: *Encontro Latino-Americano De Iniciação Científica*, 28.; *Encontro Latino-Americano De Pós-Graduação*, 24.; *Encontro De Iniciação À Docência*, 14., 2024, São José dos Campos. Anais [...]. São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 2024.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

BECKER, B. K. *Geopolítica da Amazônia*. Estudos Avançados, v. 19, n. 53, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/54s4tSXRLqzF3KgB7qRTWdg/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 20 de abril 2025.

CANO, W. *Desequilíbrios regionais e concentração regional no Brasil (1930-1970)*. São Paulo: UNESP, 2007.

CARNIELLO, Monica Franchi. Dimensões da comunicação para o desenvolvimento: modelo analítico. In: Claudia Pilar García-Corredor; Monica Franchi Carniello; Federico Beltramelli. (Org.). *Comunicación, tecnología y desarrollo: aportes epistémico-teóricos metodológicos en la investigación y las agendas de latinoamérica*. 1ed.: Editora Unitau, 2022, v. 1, p. 137-149.

CIDADE, Lucia C.F.; VARGAS, Gloria M.; JATOBÁ, Sergio U. Regime de acumulação e configuração do território no Brasil. *Cadernos Metrópole*, São Paulo, 20 p.13-35, 2º sem. 2008. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/8634>

DALLABRIDA, Valdir Roque; SIEDENBERG, Dieter Rugard; FERNÁNDEZ, Víctor Ramiro. A dinâmica territorial do desenvolvimento: sua compreensão a partir da análise da trajetória de um âmbito espacial periférico. In: *SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL*, 2., 2004, Santa Cruz do Sul. Anais [...]. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2004. Disponível em: <https://www.unisc.br/site/sidr/2004/planejamento/04.pdf>. Acesso em: 2 maio 2025.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280–315.

GONÇALVES, Mauro Castilho. Das escolas mistas industriais ao grupo escolar: a educação do operário viabilizada na Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.) e divulgada pelo C.T.I. Jornal (1937-1941). *Revista Brasileira de História da Educação*, Maringá, v. 8, n. 3, p. 119–136, set./dez. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5761/576161065008.pdf>. Acesso em: 3 maio 2025.

HAESBAERT, R. *O mito da desterritorialização*: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HJARVARD, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. Londres: Routledge, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 5. ed. São Paulo: Summus, 2006.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. *O que é comunicação empresarial*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

OLIVEIRA, Eliane Freire de; ASSIS, Francisco de. O dia a dia da indústria taubateana nas fotografias do C.T.I. Jornal (1937-1946). In: *CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 5., 2007, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outras/hmidia2007/resumos/R0017-1.pdf>. Acesso em: 20 abril 2025.

PULITI, Paula. História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real. *Libero*, n. 31, p. 41-50, 2016. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/233> Acesso em: 20 abril 2025.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Jornalismo empresarial: teoria e prática*. São Paulo: Summus Editorial, 1984.

RICCI, Fábio. Origens e desenvolvimento da indústria têxtil no Vale do Paraíba Paulista. In: *Encontro Nacional De Economia Política*, 8., 2003, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica (ABPHE), 2003. Disponível em: https://www.abphe.org.br/arquivos/2003_fabio_ricci_origens-e-desenvolvimento-da-industria-textil-no-vale-do-paraiba-paulista.pdf. Acesso em: 20 abril 2025.

RICCI, Fábio. *Origens e aspectos do desenvolvimento das indústrias têxteis no Vale do Paraíba Paulista na República Velha*. 2002. Tese (Doutorado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001255738>. Acesso em: 20 abril 2025.

RODRIGUES, I. de O. et al. Médio vale do paraíba do Sul: Estado, “Políticas Públicas” e Organização do espaço-1930-1980, in: *Revista Brasileira de Geografia*. Rio de Janeiro:IBGE, vol. 54, nº 2, abr-jun/1992. pp. 57-82.

SANTOS, Milton. *A urbanização brasileira*. São Paulo: Hucitec, 1993.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, M. J. dos; REMOALDO, P. C. Desenvolvimento regional e a ideologia de segurança nacional no Brasil (1950-2000). *Revista de Geopolítica*, v. 8, p. 32-47, 2017.

SÃO PAULO (Estado). *Lei Complementar nº 1.166, de 9 de janeiro de 2012*. Cria a Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte, e dá providências correlatas. Diário Oficial do Estado de São Paulo: Poder Executivo, São Paulo, SP, 10 jan. 2012. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2012/lei.complementar-1166-09.01.2012.html>. Acesso em: 19 abril 2025.

SAQUET, Marcos Aurélio. *Território e territorialidade: do lugar vivido ao território utilizado*. São Paulo: Outras Expressões, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. As ferramentas quantitativas e qualitativas na análise histórica do desenvolvimento regional: o Vale do Paraíba de 1970-2000. *Diálogos (Maringá)*, v. 17, p. 279-307, 2013.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. Desenvolvimento econômico regional - uma revisão histórica e teórica. *REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL*, v. 8, p. 344-369, 2012.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. Industrialização e desenvolvimento regional: política do CODIVAP no Vale do Paraíba na década de 1970. *Desenvolvimento Regional em Debate*, v. 2, p. 161-181, 2012.

A REVOLUÇÃO TELEVISIONADA: A
COBERTURA JORNALÍSTICA DO CONTROLE DO
DESMATAMENTO DA AMAZÔNIA BRASILEIRA

*THE TELEVISED REVOLUTION: JOURNALISTIC
COVERAGE OF DEFORESTATION CONTROL
IN THE BRAZILIAN AMAZON*

*LA REVOLUCIÓN TELEVISIONADA: COBERTURA
PERIODÍSTICA DEL CONTROL DE LA
DEFORESTACIÓN EN LA AMAZONÍA BRASILEÑA*

*Silvio Eduardo Alvarez CANDIDO**

*Julia Ortolani BARBOSA***

*Gustavo Mendonça FERRATTI****

RESUMO: O trabalho analisa a cobertura midiática brasileira acerca do desmatamento da Amazônia entre os anos de 1997 e 2018. O período da análise foi marcado pela implementação de políticas públicas e de iniciativas privadas que contribuíram para uma significativa redução da devastação florestal. Buscou-se compreender a produção midiática no âmbito da dinâmica de estabilidade e mudança social. Recorremos a técnicas de análise textual computadorizada para analisar um *corpus* extraído da base de dados Factiva. Foram identificados padrões de frequência de publicações, termos mais utilizados e realizadas modelagem de tópicos e reconhecimento de entidades nomeadas. A análise considerou a dinâmica da produção de diferentes veículos de mídia e ao longo de diferentes mandatos presidenciais. Os resultados confirmam tendências homogeneizadoras e despolitizadas da cobertura midiática. Eles indicam, entretanto, que a dinâmica dessa produção pode se alterar no âmbito da cobertura de conflitos públicos entre elites.

* Professor de Estudos Organizacionais e Sociologia Econômica do Departamento de Engenharia de Produção e dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Administração e Sociedade da Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5275-6577>. Autor para correspondência: seacandido@ufscar.br

** Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos.

*** Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Orcid <https://orcid.org/0000-0003-3132-5118>

PALAVRAS-CHAVE: Amazônia. Desmatamento. Mídia. Análise Textual. Políticas Ambientais.

ABSTRACT: *This paper analyzes Brazilian media coverage of deforestation in the Amazon between 1997 and 2018. This period was marked by the implementation of public policies and private initiatives that contributed to a significant reduction in forest devastation. Computerized textual analysis techniques were used to analyze a corpus extracted from the Factiva database. We identified publication frequency, most frequently used terms, and performed topic modeling and recognition of named entities. The analysis considered the production of different media outlets and throughout different presidential terms. The results confirm homogenizing and depoliticizing trends in media coverage. They indicate, however, that the dynamics of this production may change within the scope of coverage of conflicts between elites.*

KEYWORDS: *Amazon. Deforestation. Media. Textual Analysis. Environmental Policies.*

RESUMEN: *El artículo analiza la cobertura mediática brasileña de la deforestación en la Amazonía entre 1997 y 2018. El período de análisis estuvo marcado por la implementación de políticas públicas e iniciativas privadas que contribuyeron a una reducción significativa de la devastación forestal. El objetivo era comprender la producción mediática dentro de la dinámica de la estabilidad y el cambio social. Utilizamos técnicas de análisis textual computarizado para analizar un corpus extraído de la base de datos Factiva. Se identificaron los patrones de frecuencia de publicación y los términos más utilizados y se realizó el modelado de temas y el reconocimiento de entidades nombradas. El análisis consideró la dinámica de producción en diferentes medios de comunicación y en diferentes períodos presidenciales. Los resultados confirman tendencias homogeneizadoras y despolitizadoras en la cobertura mediática. Indican, sin embargo, que la dinámica de esta producción puede cambiar en el ámbito de la cobertura de los conflictos entre las élites.*

PALABRAS CLAVE: *Amazonía. Deforestación. Medios De Comunicación. Análisis Textual. Políticas Ambientales.*

Introdução

Ao longo das primeiras décadas do século XXI, o desmatamento da Amazônia brasileira, desencadeado a partir dos anos 1960 por políticas públicas que impulsionaram a colonização e a produção agropecuária na região, parecia poder ser finalmente controlado. Entre 2004 e 2012, a devastação caiu cerca de 80%, o que decorreu sobretudo da implementação do Plano de Ação para a Prevenção do

Controle do Desmatamento na Amazônia Legal pelos governos de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff (Candido et al, 2023; West; Fearnside, 2021; Mello; Artaxo, 2017). O estabelecimento de acordos privados de redução do desmatamento envolvendo grandes empresas da cadeia da soja e da pecuária, organizações ambientalistas e autoridades públicas também contribuíram significativamente para essa conquista (Candido, 2023; Nepstad, 2015; Gibbs et al, 2016).

O controle do desmatamento envolveu acirradas disputas políticas envolvendo agentes do campo do poder (Bourdieu, 1998; Candido et al, 2023; Candido, 2023). O campo jornalístico teve um papel chave nessas dinâmicas. Ao selecionar, enquadrar e narrar acontecimentos, concedendo ou negando acesso aos agentes sociais e suas visões, a mídia foi decisiva na construção de representações sociais dos processos de mudança.

Nosso trabalho analisa a cobertura da imprensa brasileira acerca do desmatamento da Amazônia entre 1997 e 2018. Buscamos compreender as representações jornalísticas das disputas envolvidas na redução do desmatamento, considerando, particularmente, como essas se alteraram diante da dinâmica da estabilidade e da mudança social. Recorremos a técnicas de análise textual computadorizada para analisar um *corpus* extraído da base de dados Factiva. Foram identificados padrões de frequência de publicações, termos mais utilizados e realizadas modelagem de tópicos e reconhecimento de entidades nomeadas. A análise considerou a dinâmica da produção de diferentes veículos de mídia e ao longo de diferentes mandatos presidenciais.

Diferentemente do que prevê os famosos poema e música de Gil Scott-Heron, ao qual nos referimos no título do artigo, nossa análise demonstra que importantes mudanças sociais podem repercutir na produção midiática. Em linha com as propostas de autores da sociologia dos escândalos (De Blic; Lemieux, 2005; Grün, 2018) e da teoria das movimentos sociais (Gamson; Wolfsfeld, 1993; Mcadam; Mccarthy; Zald, 1996), verificamos que o campo jornalístico capturou a dinâmica da mudança social ao repercutir contenciosos decisivos, que colocaram à prova o apoio implícito à expansão da produção agropecuária sob a floresta, impulsionando a capacidade de órgãos da “mão esquerda” do Estado de limitá-la pela implementação da legislação ambiental.

Nossa análise contribui para a literatura sobre a cobertura jornalística acerca das questões socioambientais na Amazônia. Esses estudos abordaram como a mídia retrata o processo de destruição da maior floresta tropical do planeta. Palmer (1996), por exemplo, mostrou como a mídia internacional foi chave na constituição da representação do desmatamento da Amazônia como um problema ambiental global. Costa (2016) e Mangas e Costa (2022) mostram que a cobertura jornalística sobre o tema é marcada por um alarmismo, abordando as causas e as consequências do desmatamento de maneira superficial, sem contribuir efetivamente para a formação

dos cidadãos e para a construção de políticas efetivas. Ladle et al (2010), Braga e Marinho (2023) e Andrus e Waters (no prelo) comparam a cobertura das mídias brasileira e estrangeira, identificando, ao mesmo tempo, semelhanças importantes nas coberturas e a ocorrência de alterações de enquadramento que refletem diferentes níveis de enraizamento e o envolvimento do campo midiático com as dinâmicas reportadas.

Ainda que esses estudos tragam contribuições importantes, eles desconsideram como a cobertura se relaciona com contextos políticos e históricos concretos, associados à dinâmica do campo do poder. Uma exceção é o interessante estudo de Santiago (2024), que investiga como reportagens publicadas durante anos eleitorais recorrem a dados numéricos associados ao índice de desmatamento. A autora mostra como a pauta jornalística sobre a Amazônia é influenciada pela dinâmica do campo político. Dialogando com pesquisas anteriores sobre as relações políticas envolvidas no controle do desmatamento (Candido et al, 2023; Candido, 2023; Candido, 2025), o artigo considera a relação da arena jornalística com outros campos em um período marcado pela implementação de políticas públicas e de iniciativas de movimentos sociais que contribuíram para uma significativa redução da devastação florestal.

O artigo está estruturado em quatro partes além desta introdução. Na seção seguinte, revisamos brevemente a literatura sociológica que trata da dinâmica da produção midiática em momentos de estabilidade e mudança social, abordando particularmente como o conflito entre elites pode alterar convenções jornalísticas. Em seguida, descrevemos o método adotado em nossa pesquisa empírica, que se baseou em técnicas de análise textual computadorizada. Nas seções seguintes, nossos principais achados são apresentados e discutidos.

A cobertura midiática em momentos de estabilidade e de mudança

A cobertura jornalística pode assumir contornos distintos em momentos de estabilidade e de mudança das arenas sociais reportadas. Em tempos de estabilidade, a cobertura tende a refletir e reproduzir as estruturas de poder e as normas sociais existentes (Tuchman, 1978). A agenda é geralmente estabelecida por fontes institucionais dominantes, como agências governamentais, organizações estabelecidas da sociedade civil e especialistas reconhecidos (Gans, 1979). O enquadramento das notícias tende a ser mais consensual e menos conflituoso, enfocando aspectos técnicos, informativos ou de interesse público geral, dentro dos limites do *status quo*.

Essa estabilidade não implica na ausência de certo dinamismo, que decorre do fato de a cobertura jornalística se dar no âmbito do campo jornalístico, definido por Bourdieu (1997) como um espaço de lutas estruturado por relações de poder e

pela concorrência jornalistas, editores, apresentadores, donos de veículos, dentre outros agentes. Esses agentes, entretanto, tendem a reproduzir a ortodoxia, tomando premissas ligadas às hierarquias de poder estabelecidas como dadas. Para autores como Champagne (1995), a dependência das empresas da mídia da publicidade para gerar receitas as tornam dependentes dos grandes grupos econômicos e políticos são críticas para homogeneizar e despolitizar o conteúdo jornalístico. A ampliação da audiência é chave para manter e ampliar essas receitas, o que faz com que os veículos apelem ao senso comum, privilegiando conteúdos mais facilmente assimiláveis e que são mais agregadores do público (Champagne, 1995; Bourdieu, 1997; Schudson, 2000; Benson, 2000; Pedrosa Neto, 2015).

Alguns estudos, entretanto, indicam que essas tendências podem ser rompidas em momentos que se verificam conflitos sociais, sobretudo nos em que os dominantes do campo jornalístico não estão diretamente envolvidos. A cobertura dessas situações é impulsionada pela capacidade do conflito em atrair o interesse público, ampliando a audiência, podendo ser distorcida por tendências sensacionalistas e por processos de espetacularização, impulsionados pela influência da lógica do mercado (Bourdieu, 1997).

Zelizer (2015) aponta a dinâmica da cobertura jornalística pode ser alterada em momentos de mudanças sociais significativas ou de conflitos, expondo tensões latentes e abrindo espaço para novas vozes e perspectivas. O desafio às fontes de informação dominantes pode ser crucial nessas alterações (Bennett; Lawrence; Livingston, 2012). As disputas simbólicas inerentes ao jornalismo tendem a se tornar mais expostas, com diferentes agentes buscando impor seus enquadramentos e definir a interpretação dos eventos (Entman, 1993). A intensidade do conflito e a mobilização social podem levar temas específicos a ascenderem rapidamente à agenda midiática, tornando-se objeto de debate público (McCombs; Shaw, 1972).

A literatura da sociologia dos escândalos indica como conflitos entre agentes do campo do poder podem ser midiaticizados, sobretudo quando envolvem representações urgentes associadas às moralidades dominantes em uma sociedade (De Blic; Lemieux, 2005; Grün, 2018). O escândalo aqui é visto como um momento que coloca em prova as ordens sociais estabelecidas, revelando tensões e limites das normas compartilhadas, o que cria instabilidade e favorece mudanças. Em alguns casos, os agentes podem explorar as relações com a mídia estrategicamente para promover suas concepções sociais (Adut, 2004; Jamieson; Cappella, 2008).

Agentes sociais sub-representados no jornalismo também podem ganhar visibilidade, difundindo suas narrativas e contestando as versões oficiais ou dominantes. A literatura sobre movimentos sociais demonstra que a repercussão midiática pode ser chave para o sucesso de agentes desafiantes, que buscam alterar o *status quo*. Um dos aspectos primordiais nesses casos reside na capacidade de amplificar a mensagem e alcançar um público mais amplo (Gamson; Wolfsfeld, 1993). Evidentemente,

a mídia pode moldar interpretação dos eventos por meio dos seus enquadramentos, influenciando a forma como o público percebe os movimentos (Entman, 1993). Por isso, os movimentos mais bem sucedidos desenvolvem estratégias de comunicação para influenciar a cobertura de suas ações e mensagens (Benford; Snow, 2000). As coberturas positivas ou neutras podem ajudar a legitimar uma causa e angariar apoios e as negativas ou a marginalização midiática podem dificultar os processos de mudança (Mcadam; McCarthy; Zald, 1996).

A análise computadorizada das notícias sobre o desmatamento da Amazônia

A pesquisa se baseou em um *corpus* extraído da base de dados Factiva. Essa reúne dados estruturados de reportagens dos principais veículos de mídia do mundo (Dow Jones, 2020). A busca realizada restringiu-se às reportagens em português e aos veículos jornalísticos de maior impacto. Veículos regionais e outros documentos incluídos na base, como os documentos oficiais e dados de outras fontes, foram desconsiderados. As notícias coletadas envolveram o período de 1997 até 2018, que foi crítico para a estruturação de políticas de combate ao desmatamento no Brasil (Candido et al, 2023). A expressão de busca incluiu os termos “desmatamento” e “Amazônia”.

Antes de iniciar o processamento dos textos, foi necessário tabular as notícias, complementando-as com metadados. Para tanto, utilizamos a técnica de *web scraping* ou raspagem de dados, que permitiu acessar o banco de dados das notícias e agregar informações. Isso foi feito utilizando uma biblioteca do Python denominada *Beautiful Soup*. Obtivemos, assim, uma planilha contendo todas as informações das notícias: título, mídia, data de publicação e corpo do texto. Em seguida, foi feita uma limpeza manual dos dados tabulados, a fim de remover notícias duplicadas e linhas vazias.

O corpus limpo contou com um total de 6230 reportagens publicadas em 29 veículos. A Tabela 1 apresenta a distribuição das notícias nos veículos. As publicações concentram-se três veículos: O Estado de São Paulo, O Globo e Folha de São Paulo. Para simplificar a análise e focar nas principais fontes de informação, os 25 veículos com menos reportagens foram agrupados como “Outros” em nossa análise.

Tabela 1: Frequência de publicações por veículo midiático.

Mídia	Quantidade	% Total	% Acumulada
O Estado de São Paulo	2027	33%	33%
O Globo	1633	26%	59%
Folha de São Paulo	1616	26%	85%
Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	466	7%	92%
Agencia EFE	115	2%	94%
Exame	96	2%	96%
CE NoticiasFinancieras	38	1%	96%
Correio Braziliense	36	1%	97%
Correio do Brasil	30	0%	97%
Estado de Minas	25	0%	98%
Agência Brasil	20	0%	98%
Político News	20	0%	98%
El País Online	13	0%	98%
Diário da Amazônia	11	0%	99%
DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços	10	0%	99%
Infomoney Daily News	10	0%	99%
Jornal Grande Bahia	10	0%	99%
Hoje em Dia	9	0%	99%
Brasil Econômico	8	0%	99%
Gazeta Online	7	0%	100%
Jornal de Brasília	6	0%	100%
Veja Online	6	0%	100%
Valor News	5	0%	100%
A Tarde	4	0%	100%
Opinião e Notícia	4	0%	100%
Diário do Nordeste	2	0%	100%
DJ	1	0%	100%
Reporter Brasil	1	0%	100%
iBahia	1	0%	100%
Total	6230	100%	-

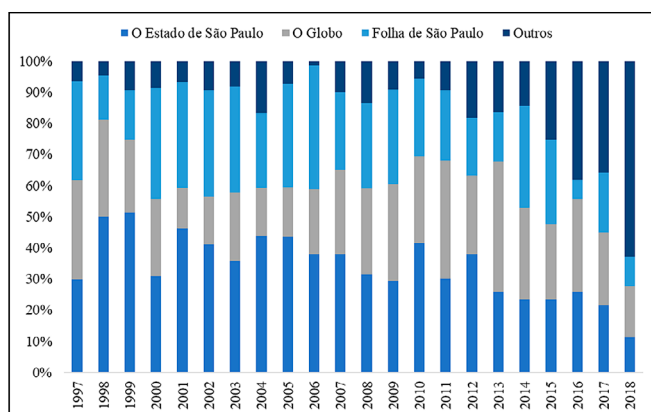
Fonte: Elaboração própria.

No Gráfico 1 verifica-se que O Estado de São Paulo foi o veículo que se destacou em termos de volume de publicações, especialmente a partir de 2004, superando a Folha de São Paulo e O Globo na maioria dos anos. Embora os dois últimos tenham apresentado volumes totais de publicações bastante próximos, suas distribuições ao longo do tempo mostraram diferenças significativas. O Globo teve um aumento mais expressivo na cobertura a partir de 2007, enquanto a Folha concentrou uma maior distribuição antes desse período. Os demais veículos ganharam relevância a partir de 2015, refletindo uma diversificação nas fontes de cobertura sobre o tema.

O pré-processamento dos textos teve o intuito formatar adequadamente os dados para a análise (Desikan, 2018). Foram removidos os caracteres especiais, as pontuações e as *stop words* (termos que não acrescentam informação, como artigos e preposições). Também foi necessário fazer uma seleção manual dos dados, a fim de remover notícias que não tinham relevância temática e semântica. Esse passo foi necessário uma vez que o filtro aplicado na base de dados Factiva selecionou as notícias baseado na ocorrência de palavras no texto, mas não no seu significado contextual. As notícias cujo assunto principal do corpo do texto eram o tema em questão foram selecionadas. Para não enviesar esse processo, todas as colunas da tabela foram ocultadas, exceto o título e o corpo da notícia.

Após a seleção das notícias, foi aplicado o modelo *bag-of-words*, que consiste em representar cada notícia do *corpus* em um vetor, cujo tamanho é igual ao tamanho do vocabulário do corpus todo. Cada posição do vetor representa um termo. Caso a notícia possua aquele termo, esse elemento recebe o valor 1, caso contrário, 0. Dessa forma, cada notícia passa a ser representada por um vetor único que ajuda a máquina a interpretar a inter-relação das palavras nos textos.

Gráfico 1: Frequência anual das publicações por veículo midiático



Fonte: Elaboração própria.

As primeiras análises consistiram em analisar os unigramas e bigramas mais frequentes nas mídias e nos mandatos presidenciais. Em seguida, foi feito o agrupamento temático dos textos por meio da análise de similaridade e clusterização, também conhecido por *topic modeling*. O método empregado foi o *Latent Dirichlet Allocation* (LDA), um modelo generativo probabilístico projetado para inferir tópicos latentes a partir de um corpus textual (Blei, Ng, & Jordan, 2003). O modelo opera sob a premissa de que os documentos são gerados a partir de uma mistura de temas centrais, sendo que cada tema é representado por uma distribuição de probabilidades sobre um vocabulário. O funcionamento do LDA pode ser comparado ao de um bibliotecário que, sem conhecimento prévio do conteúdo interno dos livros, organiza um vasto conjunto de documentos em grupos temáticos. Essa organização é realizada a partir da análise da coocorrência de palavras, assumindo que documentos que compartilham vocabulário similar provavelmente abordam os mesmos tópicos. Ao final, o modelo infere-se: (1) quais palavras caracterizam cada tópico e (2) a proporção de cada tópico em cada documento. A definição do número de tópicos (k) é um dos parâmetros cruciais do modelo. A escolha de k , neste estudo igual à 4, foi orientada por um processo iterativo, buscando um ponto de equilíbrio em que os tópicos resultantes fossem semanticamente coesos e distintos entre si. A performance do modelo final foi validada por um *Coherence Score* (C_v) de **0,44**, valor que sugere uma alta coesão semântica entre as palavras de cada tópico. Adicionalmente, o modelo alcançou um *log-likelihood* por palavra de aproximadamente **-8,9**, indicando um bom ajuste probabilístico aos dados (Blei, Ng, & Jordan, 2003). O critério final, contudo, foi a maximização da interpretação humana dos agrupamentos, garantindo que os temas fossem relevantes e aplicáveis ao problema de pesquisa.

Para identificar os principais atores mencionados nas reportagens, foi empregada a técnica de Reconhecimento de Entidades Nomeadas (NER). O modelo utilizado foi treinado para classificar substantivos próprios em duas categorias: Pessoas e Organizações. Dada a complexidade da língua portuguesa e potenciais imprecisões do modelo, uma etapa de validação e curadoria manual foi realizada para corrigir classificações incorretas, conforme a boa prática da área (Desikan, 2018). Subsequentemente, aplicou-se um critério de corte empírico, selecionando para análise apenas as entidades mencionadas em mais de dez reportagens, a fim de focar nos atores de maior relevância. Por fim, estas entidades foram categorizadas manualmente para facilitar a análise: os indivíduos foram classificados por sua atividade (e.g., Políticos Nacionais, Ambientalistas, Cientistas/Pesquisadores) e as organizações por sua natureza (e.g., Instituições Governamentais, ONGs, Empresas Privadas).

Indivíduos, organizações e tópicos das reportagens do período

Dentre as organizações mencionadas nas reportagens, 154 delas ganharam destaque, sendo 62 instituições governamentais, 17 instituições internacionais, 17

eram empresas privadas, 16 eram organizações não governamentais, 13 era instituições de pesquisa, 13 eram partidos políticos, 11 das forças armadas, cinco eram outros movimentos e associações e uma do campo religioso. O Quadro 1 apresenta as organizações mais relevantes no *corpus* de acordo com sua categoria.

Quadro 1: Organizações mais mencionadas no corpus, por categoria.

Categoria	Organizações
Instituições Governamentais	IBAMA, Instituto Nacional de Pesquisas Especiais Inpe, Ministério do Meio Ambiente, Imazon, Polícia Federal, Incra, MPF, Ministério Público Federal, Fundo Amazônia, Ministério da Agricultura, Exército, ICMBio, Funai, Itamarati, Ministério da Ciência e Tecnologia, SFB, Ministério do Desenvolvimento Agrário, Ministério do Trabalho, Ministério da Justiça, Ministério da Fazenda, Abin, Ministério dos Transportes, Sistema Nacional de Estimativas de Emissão de Gases do Efeito Estufa, Ministério da Saúde, Ministério do Planejamento, Ministério da Educação, Ministério Público Federal do Pará, Ministério das Relações Institucionais, Ministério do Desenvolvimento, Ministério da Defesa, Ministério da Ciência, Ministério das Minas, Sistema Único de Saúde SUS, Secretaria de Meio Ambiente, Secretaria de Assuntos Estratégicos, Tribunal de Contas da União, Ministério da Integração Nacional, OCDE, MCT, Tesouro Nacional, Supremo Tribunal Federal STF, Governo Federal
ONGs	Greenpeace, WWF, ISA Instituto Socioambiental, Instituto de Pesquisas Ambientais da Amazônia Ipam, Amigos da Terra, Observatório do Clima, Fundação SOS Mata Atlântica, Instituto Vitae Civilis, Conservação Internacional, Instituto Ethos, FSC, The Nature Conservancy, Woods Hole Research Center, Grupo de Trabalho Amazônico GTA, Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência SBPC
Partidos Políticos	PT, PSDB, PV, PMDB, PSL, PFL, PSB, PDT, PPS, PSOL, PTB, PCdoB, MDB
Forças Armadas	Exército, Forças Armadas, Polícia Militar, Farc, Polícia Rodoviária Federal, Força Nacional, Marinha, PM, Força Nacional de Segurança Pública, Força Aérea Brasileira FAB
Empresas Privadas	Petrobras, Vale, Google, JBS, WalMart, Frigorífico Minerva, Marfrig, Natura, Grupo Bertin, Sadia, McDonalds, Odebrecht, Teles Pires, Perdigão, Samarco, Carrefour, Cargill
Universidades / Pesquisa	Universidade de São Paulo USP, Universidade Federal de Minas Gerais UFMG, Universidade Federal do Rio de Janeiro UFRJ, Universidade de Brasília UnB, Universidade Estadual de Campinas Unicamp, Universidade da Califórnia, Universidade Federal do Pará, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Amazonas, Universidade de Maryland, Universidade Federal de Goiás UFG, Universidade de Stanford
Instituições Internacionais	ONU, FAO, The New York Times, Organização Mundial de Comércio OMC, Nasa, Mercosul, OMS, Unesco, União Internacional para a Conservação da Natureza IUCN, Organização Internacional do Trabalho OIT, Financial Times, The Guardian, Reuters, FMI, KFW Grupo de Bancos Alemães

Categoria	Organizações
Instituições Religiosas	Igreja Católica
Movimentos e Associações	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Abiove, Fiesp, Frente Parlamentar Ambientalista, Abiec Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne

Fonte: Elaboração própria.

Foram identificados 112 indivíduos mencionados em mais de 10 notícias (Quadro 2). Cinquenta e dois são políticos nacionais, 41 são ambientalistas e cientistas, oito políticos internacionais e 11 são de outras categorias. Poucos indivíduos das empresas e de outras organizações burocráticas públicas e privadas tendem a ser mencionados nas reportagens.

Quadro 2: Indivíduos mais mencionados no corpus, por categoria.

Grupo	Pessoas
Políticos Nacionais	Lula, Marina Silva, Dilma Rousseff, FHC, Izabella Teixeira, Reinhold Stephanes, Michel Temer, José Serra, Jair Messias Bolsonaro, Kátia Abreu, Moacir Michelleto, Sérgio Cabral, Marcelo Leite, Tarso Genro, Guilherme Cassel, José Dirceu, Aécio Neves, Geraldo Alckmin, Fernando Gabeira, Fernando Haddad, Roberto Rodrigues, José Antonio Marengo, Ivo Cassol, Gilberto Kassab, Marcelo Furtado, José Sarney, Flexa Ribeiro, Xico Graziano, Jorge Viana, Virgílio Viana, Márcio Santilli, Gisele Bündchen, Adriana Ramos, Guido Mantega, Luciano Evaristo, Gustavo Krause, Marta Suplicy, Luciano Coutinho, Mauro Pires, Raul Jungmann, Moacir Pires, Gilney Viana, Henrique Meirelles, Rubens Ricupero, Itamar Franco, Raul Jungmann, Moacir Pires, Gilney Viana, Rubens Ricupero, José Maria Cardoso da Silva, Fidel Castro, José Paulo Capobianco, Gilmar Mendes, Fernando Collor, Valdir Colatto, Mercadante, Luiz Alberto Figueiredo Machado, José Alencar, Gilberto Carvalho, Tereza Cristina DEMMS, Renan Calheiros, Paulo Bernardo, Jader Barbalho, Fernando Coelho Filho, Rubens Barbosa, Raul Jungmann
Ambientalistas	João Paulo Capobianco, Paulo Adário, Adalberto Veríssimo, Roberto Smeraldi, Tasso Azevedo, Paulo Moutinho, Flávio Montiel, Hugo Chávez, Afra Balazina, Thelma Krug, Sergio Leitão, Marcelo Furtado, Marcio Astrini, Thomas Lovejoy, Sergio Rezende, Mauro Armelin, José Paulo Capobianco, Herton Escobar, Mary Allegretti, Achim Steiner, Marilene Ramos, Raoni Rajão
Cientistas/ Pesquisadores	Roberto Mangabeira Unger, Gilberto Câmara, Washington Novaes, José Goldemberg, Paulo Barreto, Luiz Pinguelli Rosa, Sérgio Cabral, Marcelo Leite, Roberto Schaeffer, Paulo Artaxo, Roberto Schaeffer, Thomas Lovejoy, Fernanda Krakovics, José Maria Cardoso Da Silva, Philip Fearnside, Alberto Setzer, Suzana Kahn Ribeiro, William Laurance

Grupo	Pessoas
Políticos Internacionais	George W. Bush, Hugo Chávez, Nicholas Sarkozy, Kofi Annan, Fidel Castro, Evo Morales, Tony Blair, Nicholas Stern
Outros	Luciano Coutinho, Rolf Hackbart, Sérgio Serra, Marcelo Marquesini, Mauro Pires, Marcus Barros, Sergio Rezende, Sérgio Serra, Gilberto Carvalho, Luiz Aragão, Raoni Rajão, Luciano Evaristo, Mauro Pires, Raoni Rajão, Gilberto Carvalho, Rui Prado

Fonte: Elaboração própria.

A modelagem de tópicos possibilitou identificar quatro temas principais nas reportagens. O primeiro aborda a relação entre a produção agrícola, o desmatamento e a exploração da terra no Brasil, com destaque para a cultura da soja e para a pecuária. Ele explora como a expansão da produção de *commodities*, impulsionada por demandas globais, tem causado o desmatamento. O Tópico levanta questões sobre o papel do Brasil como líder global na produção de alimentos e na conservação ambiental, e como o equilíbrio entre essas duas agendas pode ser alcançado.

O segundo Tópico trata das dinâmicas políticas e econômicas globais, com foco no Brasil e sua interação com outras nações, especialmente os Estados Unidos. Ele retrata as relações internacionais envolvendo a Amazônia brasileira. A abordagem inclui questões sobre os recursos naturais, o papel do Brasil no mercado global e as políticas ambientais adotadas.

O terceiro Tópico explora as ações do governo brasileiro em relação à preservação do meio ambiente, com ênfase nas políticas de combate ao desmatamento na Amazônia. Ele aborda as políticas ambientais lideradas por ministros e presidentes e regras relacionadas à proteção da floresta editadas pelo congresso. O tópico também destaca o papel das autoridades estaduais na implementação de leis e operações para controlar o desmatamento.

Por fim, o quarto Tópico aborda as emissões de carbono e o impacto ambiental das queimadas e da perda de áreas florestais. Ele explora dados e números fornecidos por instituições como o INPE, que monitoram o desmatamento e as áreas desmatadas em diferentes períodos e sua relação com as mudanças climáticas.

Os termos mais associados a esses quatro tópicos identificados são apresentados no Quadro 3.

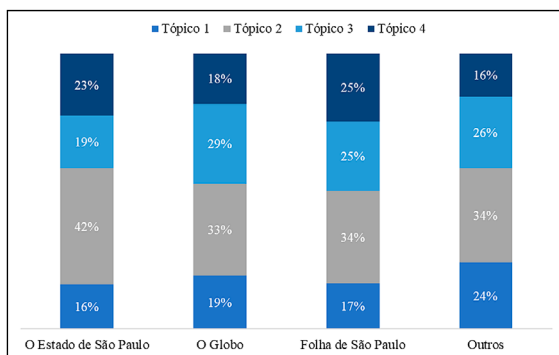
Quadro 3: Termos associados aos quatro tópicos identificados.

#	Tópico 1	Tópico 2	Tópico 3	Tópico 4
1	Área	brasil	governo	desmatamento
2	Amazonia	países	ibama	amazonia
3	Floresta	mundo	meio_ambiente	emissoes
4	Região	desenvolvimento	presidente	area
5	Desmatamento	brasileira	ministro	dados
6	Hectare	politica	amazonia	governo
7	Madeira	questao	desmatamento	floresta
8	Ambiental	todos	ambiental	queimadas
9	Maior	presidente	projeto	km
10	Projeto	brasileiro	ministerio	redução
11	Floretas	recursos	afirmou	instituto
12	Terra	internacional	lei	aumento
13	Empresa	fazer	estado	maio
14	Estado	estados_unidos	federal	carbono
15	Produção	energia	ontem	inpe
16	Soja	economia	congresso	periodo
17	Pretecao	outros	nacional	meio_ambiente
18	Amazônica	governo	contra	quilometros_qua- drados
19	Cerca	mundial	sarney_filho	sistema
20	Parte	eua	temer	fogo
21	Nacional	tempo	rio	nacionalpesquisas
22	Outras	grande	lula	monitoramento
23	Biodiversidade	mercado	dia	acordo
24	Terras	planeta	dois	numeros
25	Florestal	bem	decreto	taxa
26	Grande	exemplo	politica	clima
27	Exploração	ambiental	deputado	brasil
28	Conservação	politicas	brasilia	passado
29	Uso	problema	proposta	ultimos
30	Afirma	sociedade	operacao	florestas

Fonte: Elaboração própria.

O Tópico 2 foi o mais abordado, com 36% da cobertura, o que indica que as questões políticas e econômicas globais são altamente relevantes na cobertura sobre o desmatamento da Amazônia. O Tópico 3, centrado nas ações do governo contra o desmatamento, aparece em seguida com 24%. O Tópico 4, que trata do monitoramento do desmatamento foi tema de com 21% das notícias. O Tópico 1, que aborda a relação entre a produção agrícola e o desmatamento, foi o que recebeu menor cobertura, sendo enfocado em 18% das reportagens.

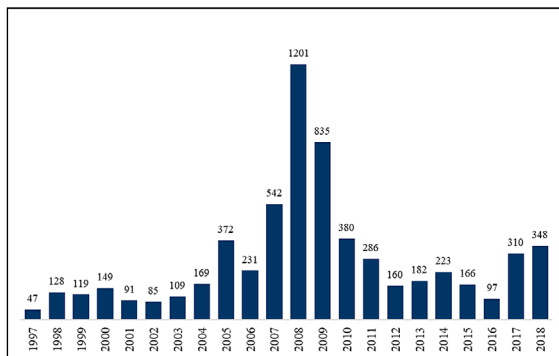
Gráfico 2: Frequência dos tópicos por veículo midiático.



Fonte: Elaboração própria.

A cobertura do O Estado de São Paulo tem uma predileção pelo tópico internacional, O Globo dá uma ênfase um pouco maior nas ações contra o desmatamento e que a Folha de São Paulo é o veículo que possui maior proporção de reportagens sobre o monitoramento do desmatamento. A cobertura dos três veículos sobre o Tópico 1, o mais negativo e que contraria o interesse de setores econômicos poderosos, é similar, variando entre 16 (O Estado de São Paulo) e 19% (O Globo) das reportagens.

Gráfico 3: Frequência anual das reportagens.

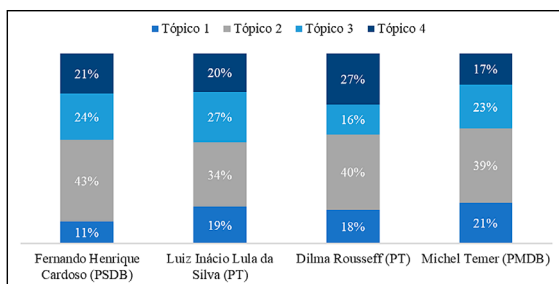


Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 3 apresenta a frequência anual de publicações. Verifica-se uma variação significativa na frequência de publicações ao longo do tempo e um pico em 2008. O Governo Lula foi o que contou com o maior número médio de reportagens (479,9 por ano), seguido pelos governos Temer (302,7), Dilma (188,0) e FHC (123,8).

A Gráfico 4 apresenta a ocorrência dos tópicos durante os governos envolvidos na análise. No governo FHC, a cobertura é marcada por um crescimento lento das reportagens no número de publicações. O Tópico 2 se destacou com 43% da cobertura, refletindo uma ênfase em temas relacionados a dinâmicas políticas e econômicas globais. O Tópico 3, com 24%, também recebeu atenção significativa, indicando um interesse relevante em questões ambientais ou institucionais. Já os Tópicos 1 (11%) e 4 (21%) tiveram menor representatividade, sugerindo que pautas relacionadas ao desmatamento ou queimadas, predominantes no Tópico 4, tiveram pouco destaque nesse período.

Gráfico 4: Distribuição dos tópicos por mandato presidencial.



Fonte: Elaboração própria.

Dois agentes ganham destaque: José Sarney Filho e o deputado Moacir Micheletto. O primeiro foi Ministro do Meio Ambiente de FHC entre de 1999 a 2002. Sua gestão foi marcada pela aprovação da Lei de Crimes Ambientais e pela criação da Política Nacional de Unidades de Conservação. Micheletto foi deputado federal pelo PMDB-PR e liderou tentativas de mudança no código florestal, em reação de parlamentares do agronegócio ao aumento das restrições ao desmatamento de propriedades rurais na Amazônia foram aprovadas por Medida Provisória pelo Governo de FHC em anos anteriores.

Além deles, outros agentes do campo político ganham destaque. Agentes ligados ao executivo, como Gustavo Krause, que comandou a pasta de meio ambiente do governo em anos anteriores, Raul Jungmann, Ministro do Desenvolvimento Agrário, Ronaldo Sardenberg, Ministro da Ciência e Tecnologia, José Serra, senador e ministro do Planejamento e Orçamento e o próprio FHC são mencionados com frequência. No legislativo, também ganham destaque Gilney Viana, deputado federal

do Mato Grosso e membro da Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia.

Alguns ambientalistas, cientistas e jornalistas também ganharam destaque no período. Marina Silva (então Senadora da República), João Paulo Capobianco, Paulo Adário (Greenpeace), Roberto Smeraldi (Amigos da Terra) se destacam entre os ambientalistas. Garo Batmanian, William Laurance e José Goldemberg entre os cientistas. Marcelo Leite e Washington Novaes destacam-se entre os jornalistas.

Durante o mandato de FHC, a presença de empresas nas notícias foi limitada. Destaque foi dado ao setor de energia e mineração, com empresas como Vale e Petrobras, mencionadas devido à exploração de recursos naturais e seus impactos. O setor de alimentos também esteve presente com Sadia, refletindo discussões iniciais sobre a relação entre a produção de alimentos e o desmatamento. Teles Pires surge representando o setor de infraestrutura, ligado à expansão de projetos hidrelétricos.

A cobertura se intensifica ao longo dos Governos Lula, atingindo seu ápice em 2008, com 1200 publicações, um aumento de mais de 120% em relação ao ano anterior. Nesse período, outros termos ganharam destaque. A emergência de termos como “projeto de lei”, “metas de redução de emissões” e “mudança climática” demonstra a intensificação das discussões sobre políticas públicas e as implicações globais do desmatamento. O Tópico 2, embora ainda predominante com 34% da cobertura, teve sua representatividade reduzida em comparação ao governo anterior. O Tópico 3, com 27%, apresentou um aumento, sugerindo maior ênfase em debates ambientais e questões institucionais no período. O Tópico 1 (19%) apresentou um aumento de 8%, mostrando uma atenção maior para o desmatamento e a produção agrícola. Por fim, o tópico 4 (20%) manteve-se muito próximo do mandato anterior.

Figuras que já se destacavam no mandato FHC continuaram a ter relevância. João Paulo Capobianco, Paulo Adário, Roberto Smeraldi, José Goldemberg e Washington Novaes mantiveram suas contribuições significativas para a defesa ambiental. Marina Silva e João Paulo Capobianco ganharam ainda mais projeção ao serem nomeados Ministra do Meio Ambiente e Secretário de Biodiversidade e Florestas, respectivamente.

Ministros dos governos ganharam projeção no período. Carlos Minc, o substituto de Marina após 2008, surge como um nome relevante. Dilma Rousseff surgiu como Ministra de Minas e Energia, desempenhando um papel estratégico em questões energéticas. Reinhold Stephanes, Deputado Federal pelo Paraná, que foi Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Tarso Genro, que ocupou diversas pastas ministeriais, e Roberto Mangabeira Unger, que assumiu o Ministério de Assuntos Estratégicos e a coordenação do Plano Amazônia Sustentável na mesma época em que Marina Silva deixou o MMA, também se destacam.

Na oposição, os nomes de maior destaque foram José Serra, opositor de Lula nas eleições de 2002, Kátia Abreu, pecuarista e deputada federal pelo Tocantins, e

Blairo Maggi, governador de Mato Grosso de 2003 a 2010, conhecido como o “Rei da Soja”. Em nível internacional, George W. Bush, então presidente dos Estados Unidos, teve interações com o governo Lula que refletiram nas notícias publicadas nacionalmente. A ascensão do número de notícias entre 2007 e 2009 estão altamente associadas à oposição das duas lideranças ruralistas ao acirramento das políticas de controle do desmatamento implementadas sob a liderança dos Ministros do Meio Ambiente Marina Silva e Carlos Minc. A queda de Marina, aliás, está fortemente associada a esses contenciosos.

Um conjunto de agentes do campo científico e ambiental se mostram chaves nesse governo. Dois deles são associados a organizações envolvidas na produção de índices de desmatamento. Adalberto Veríssimo, pesquisador e cofundador do Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia, se envolveu na produção de números e pesquisas sobre o desmatamento que passaram a influenciar significativamente o debate público. Gilberto Câmara, era o diretor a frente do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, responsável pela produção do índice oficial de desmatamento. Além desses, Luiz Pinguelli Rosa, secretário-executivo do Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas e Diretor do Painel Brasileiro de Mudanças Climáticas e Paulo Moutinho, doutor em ecologia e cofundador do Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia, que contribuiu com pesquisas sobre as causas e consequências do desmatamento na Amazônia, também se destacam no período.

Verifica-se uma explosão na presença de empresas nas notícias, principalmente aquelas ligadas ao setor de agronegócio e alimentos, como Grupo Bertin, Perdigão, McDonald’s e WalMart. Essas menções estão fortemente associadas contenciosos envolvendo o Greenpeace, organização ambientalista que desenvolveu duas grandes campanhas no período, e o Ministério Público Federal, que resultaram no estabelecimento da Moratória da Soja, no Compromisso Público da Pecuária e no Termo de Ajustamento de Conduta da Cadeia da Carne. Empresas do setor de energia e mineração também ganharam destaque. As empresas associadas a controversos empreendimentos hidrelétricos, como as Usinas do Rio Madeira e Belo Monte, surgiram como entidades relevantes. Finalmente, a Google começou a aparecer nas discussões, sobretudo devido às suas ferramentas digitais no monitoramento ambiental.

O número de notícias começa a diminuir ao longo do governo Dilma. Termos como “redução de emissões”, “gases do efeito estufa”, “redução do desmatamento”, “combate ao desmatamento” continuaram a ter destaque. O Tópico 2, associado às questões Globais, atingiu seu pico, com 40% da cobertura. O Tópico 4, com 27%, também se ampliou. Esses aumentos estão associados à intensificação das negociações climáticas internacionais que culminaram no Acordo de Paris, em 2015. Já o Tópico 3, com 16%, registrou uma queda significativa, sugerindo uma menor ênfase nos aspectos institucionais e ações do governo. O Tópico 1, com 18%,

manteve-se muito próximo do mandato anterior. Um tema importante relacionado a ele é a reforma do Código Florestal aprovada em 2012, considerada um enorme retrocesso pelos ambientalistas.

Diversas figuras que já haviam se destacado nos governos de FHC e Lula continuaram a exercer papéis relevantes. Dilma, FHC, Lula, Adalberto Veríssimo, Kátia Abreu, Gilberto Câmara e Paulo Adário permaneceram no centro de debates e ações relacionadas ao meio ambiente, agricultura e política nacional. Marina Silva manteve seu protagonismo, agora como candidata à presidência em 2010 e 2014. Izabella Teixeira, Ministra do Meio Ambiente durante todo o mandato de Dilma, ascende como figura importante. Outras figuras políticas que ganham destaque são Gilberto Carvalho, Ministro-Chefe da Secretaria-Geral da Presidência, Mauro Pires, do ICMBio, e Luciano Evaristo, chefe da fiscalização ambiental do Ibama.

No cenário científico e ambiental, Paulo Barreto e José Antonio Marengo seguem em destaque. Tasso Azevedo, que participou da equipe de Marina Silva no MMA e idealizou o Fundo Amazônia, passa a ser uma figura central nos debates sobre mudanças climáticas, ainda que fora do governo. Marcio Astrini, coordenador de áreas estratégicas do Greenpeace também emerge como figura importante. Finalmente, ganham destaque a jornalista Giovana Girardi, especializada em ciência e meio ambiente.

No mandato de Dilma observa-se nova diminuição na presença de empresas no *corpus* e uma diversificação nos setores econômicos ligados ao desmatamento. Os frigoríficos JBS, Marfrig e Minerva ganham maior destaque devido à sua conexão com o avanço da pecuária. No setor de energia e mineração, empresas como Samarco ganharam destaque devido ao desastre ambiental de Mariana. Google e Natura também aparecem associadas à inovação e a iniciativas sustentáveis.

Durante os anos do Governo Temer, verifica-se um pequeno aumento no número de publicações. Os principais temas abordados têm a ver com acontecimentos tidos como retrocessos pelos ambientalistas. Destacam-se o decreto de 2017 que resultou na desafetação da Reserva Nacional de Cobre e Associados, uma área de mais de 46 mil quilômetros quadrados situada entre os estados do Amapá e do Pará, e os debates sobre a desafetação do Parque Nacional do Jamanxim por Medida Provisória. Debates sobre a implementação do Acordo de Paris também ganharam relevância, especialmente devido à pressão internacional para que o novo governo cumprisse os compromissos assumidos. De forma mais geral, o Tópico 1 alcançou seu maior valor, com 21%, indicando que questões políticas e governamentais ganharam mais espaço na cobertura. O Tópico 2, com 39%, manteve-se na liderança seguindo patamar do governo anterior. O Tópico 3 voltou a crescer, alcançando 23%, o que sugere um aumento nas discussões institucionais ou ambientais no período. Já o Tópico 4, com 17%, registrou o menor percentual, indicando que questões como emissão de gases estufa e mudança climática perderam destaque.

Membros do governo passaram a ter destaque nas questões relacionadas ao desmatamento da Amazônia. Fernando Coelho Filho, que ocupou o cargo de Ministro de Minas e Energia, José Serra, que foi Ministro das Relações Exteriores, e Henrique Meirelles, o Ministro da Fazenda, ganharam mais exposição. Zequinha Sarney, que assumiu o Ministério do Meio Ambiente, permaneceu sendo figura de destaque. Outros políticos de fora do governo ganharam ou mantiveram destaque. Tereza Cristina, deputada federal pelo Mato Grosso do Sul, ascendeu nessa época, tornando-se posteriormente ministra da Agricultura. Geraldo Alckmin também ganhou destaque como governador de São Paulo e candidato à presidência. Dilma Rousseff, Lula e Izabella Teixeira permaneceram como referências midiáticas importantes. Marina Silva também manteve seu protagonismo. No âmbito internacional, Vidar Helgesen, Ministro do Clima e Meio Ambiente da Noruega, teve um papel relevante nas discussões sobre mudanças climáticas e cooperação ambiental global. Nos campos ambiental, científico e jornalístico, figuras como Tasso Azevedo, Paulo Barreto, Márcio Astrini e Giovana Girardi mantiveram destaque. Raoni Rajão, cientista e professor brasileiro que viria a integrar a equipe de Marina Silva no terceiro mandato de Lula, emergiu como um nome importante devido às suas pesquisas relacionadas ao desmatamento.

Quanto às organizações, verifica-se que o setor de energia e mineração dominou o debate, com a Samarco liderando as notícias devido ao impacto contínuo do desastre de Mariana. Os frigoríficos JBS, Minerva e Marfrig permaneceram como centrais. Google e Natura reforçaram sua presença, com contribuições positivas para a sustentabilidade.

Contenciosos no campo do poder e dinâmica jornalística

Em linha com as perspectivas de Bourdieu (1997), Champagne (1995) e Pedroso Neto (2015), nossas análises demonstram uma significativa homogeneização da cobertura jornalística. A cobertura dos principais veículos de mídia se caracteriza pela recorrência de certas expressões e pelo foco em quatro grandes tópicos. Ao longo dos quatro mandatos e em todos os veículos, ganhou destaque Tópico 2, o que indica uma significativa ênfase da mídia às relações políticas e econômicas do Brasil no contexto global. Por outro lado, o tópico que menos recebe atenção é o que trata justamente das causas do desmatamento, associadas à expansão agropecuária. Em linha com que aponta Champagne (1995), é plausível considerar que a mídia tende a evitar indisposições com poderosos setores da economia brasileira, o que gera uma despolitização de sua cobertura.

A homogeneidade da cobertura envolve uma recorrência de certos indivíduos e organizações poderosos nas reportagens em todo o período, conforme indicam Tuchman (1978) e Gans (1979). É pertinente considerar esses agentes como

integrantes do campo do poder envolvidos na questão do desmatamento, sendo que o reconhecimento de entidades nomeadas se mostrou uma técnica efetiva para sua identificação. É notável a sub-representação de movimentos sociais e de representações das populações rurais amazônicas, sobretudo comunidades indígenas, quilombolas e ribeirinhas, que tendem a ser prejudicadas pela dinâmica do desmatamento. ONGs e a Igreja católica parecem ser importantes intermediários entre essas populações e o campo midiático.

Os agentes envolvidos nas disputas provêm de cinco campos principais, além, é claro, do campo jornalístico: o Político, o Econômico, o Ambiental, o Científico e o Militar. Conforme já indicado, as disputas entre esses espaços sofrem influência significativa das relações internacionais que, em geral, tendem a favorecer e ser usadas estrategicamente justamente pelo espaço menos poderoso em questão, o dos ambientalistas. Outra aliança importante para os agentes do campo ambiental é com os cientistas. Nossos dados indicam que a atuação dos campos político, ambiental e científico tende a ser mais personalizada, com certos indivíduos ganhando projeção midiática. Já a cobertura acerca do campo econômico e militar trata os agentes de forma mais institucionalizada.

Um dos achados mais interessantes de nossa análise é o da ocorrência de súbito aumento no número de reportagens entre 2007 e 2009. Estudos anteriores demonstram que esse foi um período crítico para o controle do desmatamento (Mello; Artaxo, 2017; West; Fearnside; 2021; Candido et al, 2023; Candido et al, 2025; Nepstad et al, 2014; Gibbs et al, 2016). Isso decorreu, fundamentalmente, de dois fatores que geraram intensos conflitos entre elites.

O primeiro foi a implementação do Plano de Prevenção e Controle do Desmatamento da Amazônia, a política pública de controle do desmatamento mais estruturada e efetiva já implementada no país para o controle do desmatamento (Mello; Artaxo, 2017; West; Fearnside; 2021; Candido et al, 2023). Compreendendo o Estado como um conjunto de campos interconectados, Candido et al (2023) mostram que a ampliação das capacidades de controle do desmatamento pelo Estado brasileiro foi sobretudo uma construção política, na qual o Ministério do Meio Ambiente, com o apoio da Presidência da República de Lula, desenvolveu estratégias capazes de enfrentar a poderosa oposição do Ministério da Agricultura e Pecuária e de outros grupos da “mão direita” do Estado brasileiro. O período em que se verifica o pico de reportagens de nosso estudo é o auge dos conflitos políticos envolvidos. Perante a significativa ampliação do índice de desmatamento no ano de 2004, mesmo após as ações significativas de combate ao desmate terem sido tomadas, a equipe do MMA, liderada por Marina Silva, se mobilizou nos anos seguintes para avançar na implementação de medidas estratégicas que confrontavam os interesses do agronegócio (Brasil, 2007). A vitória dos ambientalistas do governo, entretanto, gerou fortes contenciosos com o agronegócio, levando à queda de Marina em 2008.

O segundo fator foi a ocorrência de conflitos envolvendo o Greenpeace, o Ministério Público Federal do Pará (MPF-PA) e frigoríficos nacionais, notavelmente a JBS, a Marfrig e a Minerva (Candido et al, 2025; Nepstad et al, 2014; Gibbs et al, 2016). Esses se concentraram em 2008, quando o Greenpeace lançou uma série de protestos ao redor do mundo que tinha como alvos os frigoríficos envolvidos no desmatamento ilegal e seus clientes do setor supermercadista, de vestuário, automotivo, entre outros e o MPF-PA processou empresas envolvidas no desmatamento ilegal no estado do Pará. Essas ações tiveram significativa repercussão midiática e resultaram na assinatura do Compromisso Público da Pecuária, acordo em que JBS, Marfrig e Minerva se comprometeram com ações de combate ao desmatamento com o Greenpeace, e um Termo de Ajustamento de Conduta envolvendo frigoríficos e supermercadistas com atuação no Pará (Candido et al, 2025).

Em linha com o que indicam Zelizer (2015) e Entman (1993) e McCombs e Shaw (1972), o pico de notícias de nosso *corpus* está diretamente relacionado com esses dois conflitos e ao momento de estabilidade vivenciado no campo do poder. Nesse momento a cobertura jornalística também se politizou, não como uma decorrência de um projeto editorial dos veículos de imprensa, mas em decorrência da natureza dos eventos escandalosos reportados (De Blic; Lemieux, 2005; Grün, 2018) ou episódios contenciosos (Mcadam; Mccarthy; Zald, 1996), nos quais a ordem social dominante foi colocada à prova.

Nossos dados indicam duas alterações relevantes na cobertura midiática no período conflituoso. Primeiro, verifica-se nesse momento uma queda bastante significativa na proporção de reportagens associadas ao tópico internacional. Isso é condizente com o caráter fundamentalmente nacional que os conflitos identificados tiveram. Segundo, verifica-se um aumento significativo na exposição das grandes empresas frigoríficas, que, segundo os achados de autores da teoria dos movimentos sociais (Gamson; Wolfsfeld, 1993; Mcadam; Mccarthy; Zald, 1996), pode ser considerado chave para o relativo sucesso das ações do Greenpeace e do MPF-PA.

Ao analisar cobertura midiática em um período marcado pela implementação de políticas públicas e de iniciativas privadas que contribuíram para uma significativa redução da devastação florestal, o estudo demonstra como a cobertura midiática pode se transformar durante contenciosos entre elites sociais. Apesar das inegáveis tendências reproducionistas, essa cobertura pode eventualmente expor agentes poderosos e contribuir para as estratégias de desafiantes, contribuindo para a transformação social.

AGRADECIMENTOS

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pelo apoio para a realização desta pesquisa (Processo FAPESP: 20/16236-7).

REFERÊNCIAS

- ADUT, A. Scandal as norm entrepreneurship strategy: Corruption and the French investigating magistrates. **Theory and Society**, v. 33, p. 529-578, 2004.
- ANDRUS, L. P.; WATERS, S. Framing the Flames: Analyzing News Coverage of The 2019 Amazon Rainforest Fires by Brazilian and American Newspapers. **Scielo preprints**. No prelo.
- BENFORD, R. D.; SNOW, D. A. Framing processes and social movements: An overview and assessment. **Annual review of sociology**, v. 26, n. 2000, p. 611-639, 2000.
- BENNETT, W. L., LAWRENCE, R. G.; LIVINGSTON, S. **When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina**. University of Chicago Press, 2012.
- BENSON, R. La logique du profit dans les médias américains. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 131, n. 1, p. 107-115, 2000.
- BLEI, David. M.; NG, Andrew Y.; JORDAN, Michael. I. Latent Dirichlet Allocation. **Journal of Machine Learning Research**, v. 3, 2003.
- BRASIL. Decreto nº 6.321, de 21 de dezembro de 2007. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 2007.
- BRAGA, T; MARINHO, S. Journalistic narratives about the “day of fire”: a Luso-Brazilian perspective on the Amazon. **Brazilian journalism research**, v. 19, p. E1582, 2023.
- BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997, 143 pp.
- BOURDIEU, P. **The state nobility: Elite schools in the field of power**. Stanford University Press, 1998.
- CANDIDO, S. E. A. et al. A construção e desconstrução de capacidades estatais de controle do desmatamento da Amazônia: Do PPCDAm a Bolsonaro. **Estudos de Sociologia**, p. e023014-e023014, 2023.
- CANDIDO, S. E. A. O estabelecimento da moratória da soja na floresta amazônica brasileira: ação ambiental estratégica para explorar oportunidades em múltiplos campos. **Sociologias**, v. 25, 2023.
- CANDIDO, S. E. A. Risk assessments and the entanglement of fields: Lessons from the transformation of purchasing practices of beef processing firms in the Brazilian Amazon Rainforest. **Annals of the 2025 Annual Meeting of the Society for Advancements in Socio Economics**, Montreal, Canadá, 2025.

CHAMPAGNE, P. La double dépendance: quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique. **Hermès, La Revue**, v. 1718, n. 3, p. 215-229, 1995.

COSTA, L. M. The Brazilian Press and the environmental issues at the beginning of the XXI century: the amazon deforestation in journalistic discourse. **Revista General De Información Y Documentación**, v. 26, n. 2, p. 697, 2016.

DE BLIC, D; LEMIEUX, C. The scandal as test: Elements of pragmatic sociology. **Politix**, v. 71, n. 3, p. 9-38, 2005.

DESIKAN, B. S. **Natural Language Processing and Computational Linguistics: A practical guide to text analysis with Python, Gensim, spaCy, and Keras**. Packt Publishing Ltd. 2018

DOW JONES. Factiva Database. Site institucional. Disponível em <<https://www.dowjones.com/business-intelligence/factiva/products/factiva/>> Acesso em 20 de julho de 2020.

ENTMAN, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

GAMSON, W. A., & WOLFSFELD, G. (1993). Movements and media as interacting systems. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 528(1), 114-125.

GANS, H. J. **Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time**. Pantheon Books, 1979.

GIBBS, Holly K. et al. Did ranchers and slaughterhouses respond to zero-deforestation agreements in the Brazilian Amazon? **Conservation Letters**, v. 9, n. 1, p. 32-42, 2016.

GRÜN, R. **Da pizza ao impeachment: uma sociologia dos escândalos no Brasil contemporâneo**. Alameda Casa Editorial, 2018.

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. **Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment**. Oxford University Press, 2008.

JULURU, K. et al Bag-of-Words technique in natural language processing: a primer for radiologists. **Radiographics**, v. 41, n. 5, p. 1420–1426, 2021.

LADLE, R. J. et al. Perceptions of Amazonian deforestation in the British and Brazilian media. **Acta amazonica**, v. 40, p. 319-324, 2010.

MANGAS, L; COSTA, L. Enquanto passava a boiada: Jornalismo, meio ambiente e política durante a pandemia na Amazônia. **Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, v. 8, n. 2, p. 01-17, 2022.

MCADAM, D.; MCCARTHY, J. D.; ZALD, M. N. (Ed.). **Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings**. Cambridge University Press, 1996.

MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. **Public opinion quarterly**, 36(2), 176-187, 1972.

MELLO, N. G. R.; ARTAXO, P. Evolução do plano de ação para prevenção e controle do desmatamento na Amazônia legal. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, p. 108-129, 2017.

NEPSTAD, D. et al. Slowing Amazon deforestation through public policy and interventions in beef and soy supply chains. **Science**, v. 344, n. 6188, p. 1118-1123, 2014.

PALMER, A. W. (1996). **News from the Amazon rainforest: the social construction of an environmental problem**. The University of Utah Press.

PEDROSO NETO, A. J. Jornalismo e despolitização. **Revista Observatório**, v. 1, n. 2, p. 82-100, 2015.

SANTIAGO, A. K. A. Da ilusória paz à guerra simbólica: o uso dos números para noticiar a Amazônia em anos eleitorais. **Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade)**, Universidade Federal do Tocantins, 2024.

SCHUDSON, M. **The power of news**. Harvard University Press, 1995.

TUCHMAN, G. (1978). **Making news: A study in the construction of reality**. Free Press.

WEST, T.; FEARNSIDE, P. Brazil's conservation reform and the reduction of deforestation in Amazonia. **Land use policy**, v. 100, p. 105072, 2021.

ZELIZER, B. (2015). Terms of choice: Uncertainty, journalism, and crisis. **Journal of Communication**, 65(5), 888-908.

Entrevista

*“INTERESTING JOURNALISM HAPPENS
WHEN JOURNALISTS TRY OUT NEW IDEAS,
TRY OUT NEW WAYS OF REPRESENTING THE
ECONOMY, AND ARE NOT INTIMIDATED BY THE
AUTHORITY OF ESTABLISHED EXPERTISE”
AN INTERVIEW WITH TIAGO MATA*

*Tomás UNDURRAGA**

Interview context

This interview took place on May 21, 2025, and explores Tiago Mata's approach of studying public economic debate from a science studies perspective.

Interviewee Profile

Tiago Mata is Professor at the Department of Science and Technology Studies, University College London. Tomás Undurraga is Professor and Head of the Sociology Department, Universidad Alberto Hurtado, Chile. They worked together between 2012 and 2016 in a European Research Council funded project entitled *“Economics in the Public Sphere: UK, US, France, Brazil, and Argentina since 1945”* – where Tiago was Principal Investigator, and Tomás a post-doctoral researcher studying Brazilian media.

Tomás Undurraga: *You are a historian of economics with a background in science and technology studies—a novel and compelling combination. As a way of introduction, could you tell us about your academic background, your initial intellectual curiosities, and how you came to focus on this interdisciplinary approach?*

Maybe a good place to start is Portugal and my 1st degree, which was not in history. So, for various personal reasons that are not worth getting into, I was

* PhD In Sociology, University of Cambridge. Orcid 0000-0003-4267-5826 tundurraga@uahurtado.cl.

going to study economics, but I had a choice. There are several schools or faculties in economics in Lisbon, where I'm from. And at that time there were basically two options, two schools. One was an older faculty of economics, and the other more recent, literally called "Universidade Nova". As is common to economics teaching in most of Continental Europe, the faculties develop strong party-political identities. So, one was left and center left, located overlooking the national Parliament, the other school was right and center right and not far away from a famous prison. I leave you to guess which one I picked... This happened before the Bologna homogenization of degrees in Europe. The degree was not only more left leaning, it was also disciplinarily diverse: I did a bit of finance, lots of macro, micro, econometrics, but we also studied sociology, economic history, development, history of ideas and philosophy. And in my very final year I took a class in the history of economics and it was then, reading about the scholars behind the ideas that some of what I had learnt began to make sense. Finally, here was an approach that matched how my brain worked. You know, framing theories in social context in various ways. Not just the biographical context but also backgrounds of the social and economic structures of the time. It just felt right, it was more interesting too. Concepts gained a body, a weight, that they didn't have when they were explained to me formally or empirically. From there I followed with a master's in economics at Cambridge. I had been told it was a heterodox place, which turned out to be false advertising. Immediately after that I had the opportunity to fund a PhD. degree. There were then very generous grants for Portuguese to go study abroad and I chose - at the advice of one of my teachers in Lisbon who happened to also be the leader of a major left-wing party - he suggested I go to the London School of Economics (LSE) to work with Mary Morgan on a project in the history of economics.

Mary Morgan has always been an historian with numerous intellectual connections, notably with philosophers of science. It was through her that I became aware of science studies and the sociology of science. One day, during a supervision, she handed me a print out of Thomas Gieryn (1995) essay on boundary work. It was a brilliant suggestion, it fit like a glove to do the kinds of things I wanted to do. I wanted to study the ideas of the people that I had some affinity with. Again, progressive, heterodox economists, which was what I knew, making sense (for myself) of where those ideas were coming from and what they were doing. The sociology of science became a kind of scaffolding to organize and justify that interest and analysis.

And you know, the work will change the worker. Sociology became less of a scaffold and more of a portal that I had walked through. The more I asked questions about credibility and power, the less the economics was interesting and the more interesting was everything else. In time, the background became the foreground. The subjects that for conventional historians of economics were context to the text increasingly became the story for me.

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

Tomás Undurraga: *That's fascinating. So, the centrality of the context became the protagonist of the story that you wanted to tell. And what were your next steps, institutionally speaking. Did you go to the USA for a postdoc? Did you go first to the Netherlands?*

After the degree at the LSE, I had a very brief postdoc at STS, University College London, where I am now, working with a terrific scholar called Jane Gregory. She was writing on dissent in natural science and had just published a book on a controversial British astronomer, Fred Hoyle. She was interested in unconventional scientists not primarily because of their unusual ideas but because of how they reached out to the mass public. It was through her that I got interested in media and the communication of ideas as creative moments. When time came to write a postdoc project, I used what I had learned in those very intense eight months at UCL. That became my first postdoc at Duke University. I eventually interrupted that postdoc because I got a teaching job at Amsterdam, and it was in Amsterdam that I expanded those ideas to a European Research Council proposal that was no longer focused on how economists' communicate - as I had started doing at UCL and continued at Duke - but rather focused on journalists. That was the crucial twist. Laying this out to you makes it clear to me how much these were all tentative steps, from working on unusual economists, getting interested in the way they communicated beyond peer groups, and finally turning to journalists' practices. All the while what was once context became the subject. There were no big leaps in the dark. All very grounded and all of it encouraged by the disciplinary hybridity that is science and technology studies.

Tomás Undurraga: *This helps to understand better the evolution of your research, from looking at economists to looking at journalists, and from looking at the background context of phenomena to making that background the foreground of your research. I would like to ask you a bit more about your work on the radical economics and the resurgence of the left in North America during the 1960s and 1970s. You explored how they introduced new ways of thinking about the economy, expertise, and social justice. How do you explain the rise of economists as public experts?*

So, that work has been twenty years in the making, and the book will be launched next year (MATA, 2026). It started with my PhD – which is accessible through the LSE website, titled "Dissent in Economics." It was a study of why economists disagree. It focused on this internalist problem of how a discipline that seemed in the mid twentieth century to be cohesive and homogeneous, began to splinter into antagonistic, doctrinal positions from the middle 1960s. So, it's

very much dealing with a problem in the history of social science. I studied two communities, post Keynesians and radical economists, wondering how each came to identify as distinct from the neoclassical mainstream that trained them. What was the basis of their critique? How did they structure themselves intellectually and as a social group? This is where the device of boundary work was useful because it gave me license to look at a crisis of credibility within the discipline of economics and yet not limit myself to the discipline, and also bring into the picture the external stakeholders and constituencies that economists were appealing to – i.e. student movements, social justice movements, policymakers, etc. Luckily, the two groups I picked turned out to be very different. One was rooted to a tradition within economics, Post-keynesians were reclaiming a Cambridge tradition that joined J.M. Keynes and Alfred Marshall. They modelled themselves as being elite, policy-oriented and worldly. By contrast, the radical economist's identity was tied up with New Left counterculture and activist science for mass mobilization. Very different ethos, even though they agreed on a lot of doctrinal specifics. The dissertation was really about working from these contrasts and was focused on the early years of both of these groups and their moves of differentiation and demarcation. But then I started writing a book, which was initially going to be the dissertation with a few added bells and whistles. Over the years because the book has lived in a symbiotic and at times parasitic relationship with all these other projects I've done, it became about something else. It became solely about radical economists and it became about the place of knowledge in helping to animate and direct grassroots, socialist politics in the US. So, I've gone from telling a story of how scholars coalesce in the discipline to filling out a longer and broader story of how these same economists gave up on trying to change their discipline and spent their time doing summer schools for activists, writing pamphlets, developing genres of citizen journalism, feeding their expertise into alternative pro-labor and pro-feminist think tanks. To get back to your question, the book became a story about leftwing economic expertise. It doesn't fully abandon the idea that economists have important answers, but holds that their expert input must stand in relation to the demands of participatory democracy.

Tomás Undurraga: *It's interesting seeing how these two different ways of influencing politics – one more technocratic and one more grassroots based – have been in tension in center left politics during the last 50 years. Thinking in the Chilean case, however, in which economists in the public sphere enjoys great prestige as public experts, the technocratic approach has certainly greater presence than the grassroots movement. Although there are few activist economists from the left with public presence, the technocratic blend of top down, policymakers oriented is the norm.*

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

Perhaps not in Chile but I think the grassroots approach is not so unusual, of course the institutional structures of North America matter. The preponderance of think tanks is, for instance, a big element here. Very few countries rely on such a variety of well sourced non-governmental research organizations to carry out policy analysis and debate as does the United States. For instance, in Portugal there is a more hierarchical or elitist character to the economic discipline, and the public sector is important in the provision of expertise, the rules of access to the public sphere and how to play out the combat of ideas are necessarily different. Interestingly, as a peripheral nation there are attempts to import the USA model of a progressive think tank, in particular one institution called the Economic Policy Institute (EPI) in Washington, DC. The EPI was funded initially by the AFL-CIO (American Federation of Labor and Congress of Industrial Organizations) and the UAW (United Automobile Workers), the unions, and it has roots in radical economics. It has roots in my story of dissenters and it was mostly irrelevant for decades and decades, and then it became very, very salient in the last 20 years. A lot of the people associated with EPI were involved in the Biden administration, so suddenly, for the first time ever they were on that side of Washington. Countries will imitate these US forms and strategies, these think tanks, but the effects are never the same.

Tomás Undurraga: *Let's talk about the Economics in the Public Sphere project. Between 2012 and 2016, you led a major European Research Council project entitled Economics in the Public Sphere, the UK, US Brazil and Argentina since 1945, in which I had the opportunity to work with you. Could you tell what was this project about and what's its main findings?*

Now it should be easy to see how this project fit in. All the while I was on this journey from economics into this space, which someone close to me described as "a place for misfits". Science studies is a place for misfits, for people working in interstitial spaces or who are disciplinary non-conformists.

So, what was the Econpublic project about? The project was about looking at the role of journalists in the making of the public economic sphere. I often heard that journalists were despised by economists, and this didn't feel right, given what I had seen of frequent partnerships between media professionals and economists. Looking at STS literature, I also thought if scientists in public produce knowledge why not treat journalists as knowledge producers? If one subscribes to the STS principle of symmetry - David Bloor, Barry Barnes and the Strong Program in Sociology of Knowledge, Michael Callon and the sociology of translation - in which knowledge making is not only the domain of acclaimed scientists, questions about knowledge become much more interesting. Sure, laboratories are privileged sites of scientific knowledge production, but production of knowledge doesn't stop at their doors.

What would happen if we set aside the twin prejudice that journalism is either about heroic “speaking truth to power” or its reverse, corrupted venality? Aren’t journalists in the business of making sense and interrogating economy and society?

It began with this possibility, this symmetric deduction. I designed the project as a study of that idea, looking for instances where we could study journalists breaking new ground, systematizing, adopting and adapting social science. And all the while I used the idioms of STS to make sense of it all.

The other features of that project that you know well – the comparison between the public debates in different nations – the US, the UK, France, Brazil, and Argentina – and the role of journalistic genres in those debates, were partly artifacts of the funding system. I knew there was a certain preference at the European Research Council for comparative approaches, so I thought about which countries I could work with that also provided me leverage on the issues I wanted to examine. Issues like the status of economics as profession. I wanted some variability about the makeup of the media sphere. One gets a sense of the size of the sandbox. What is the type of sand you have to play with. What are the requisite tools. The challenge is to come up with something coherent, and that’s what I tried to do.

But the heart of it was always this intuition that we could look at journalism through an STS lens, not as channeling of economic science and whether the public buys it or not, but a strong thesis, to study the journalist herself as doing something that is not that different from credentialed social and economic knowledge.

Tomás Undurraga: *Well, the original project included Poland instead of Argentina, as one of the cases, because of the strong social movements’ role in the public economic discussion. Considering the unique story in each of these countries, what do you think was most interesting to understand about country differences, and what do they have in common?*

Perhaps you can answer this question as well, because I don’t have a particularly privileged insight on it. We saw the same things, we worked with the same material. I thought that we came to realize that the status of the economics profession across nations was not very relevant. Once we got close to the journalists and what they were doing, the features of the journalism field, and the media spheres were more germane to the problem, which is hardly surprising.

We also encountered a pull towards universalism or homogeneity on financial and business news. There a sort of emulation across borders. It’s a very internationalized field. Some of that initial national presumption had to be framed by this process of imitation or modelling. The eminence of *The Economist* was everywhere, although more so in middle twentieth century than in more recent years. Everyone knew about *The Economist* and positioned itself to it. They always understood it slightly

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

differently, and there was also the *Financial Times* or *The Wall Street Journal* in the picture. There were a few, very obvious, points of reference for many journalists. I was also impressed by what you brought to the project: the way that journalists were constructing markets in constant conversations with the marketplace. When I read the work on the sociology of quantification or the social studies of finance, I am reminded that there are always journalists in those stories too, providing part of the information infrastructure that underpins markets and creates value. Very clearly journalists are part of the games played with numbers that then make the economy run.

Tomás Undurraga: *One of the most fascinating findings from my empirical research in Brazil—and also in Argentina and Chile—was recognizing the differing levels of reputation and scientific status attributed to economists compared to journalists. Journalists were generally perceived as occupying a less empowered position vis-à-vis economists. Yet, despite this imbalance, both groups depend on each other (Undurraga, 2018). What particularly struck me was the boundary work that economists do in order to maintain the exclusivity of their professional jurisdiction. Economists often assert themselves as the sole legitimate experts capable of addressing economic issues. This boundary work was remarkably effective in delineating who is—and who is not—authorized to participate in public economic debate. It reinforced the dominance of technical expertise while largely excluding more critical or alternative voices from entering that space.*

That is a powerful analysis of some of Latin American public economic spheres, but we should be cautious to generalize. It's not as salient in the US or in Britain. One quick way to make sense of those differences would be to note less of a reliance on cultural capital in favor of social capital. The social capital among UK and US journalists is such that there isn't an obvious deference for the specialist professor. I don't feel that journalists are intimidated or deferential towards sources just because they are a professor at Harvard or the like. They are also not antagonistic or confrontational. Some of these journalists are elites in their own right, with degrees from the Ivy League Universities, if not in economics then in the humanities. So, I think they're not easily awed, and they are very self-confident. We saw this clearly in the testimonies that we collected in a recent edited volume *Economics as News* (Mata, 2023). The statements from journalists were very similar, saying: "I'm an imposter, but I'm okay with it," they even seemed proud of it. They have to interpret what economists say and tell a story, which is what an economist might do, because that's what the newspaper or the news outlet expects them to do. They need to interpret events, read markets and explain policy options, without a degree in economics. They learn to do it and are happy doing it. So, they are not weighted down by this caution or taboo of not impersonating the expert.

Tomás Undurraga: *Let's talk of this idea of studying the newsroom as a knowledge site. Taking the inspiration from Latour's laboratory studies (Latour & Woolgar, 1979), who argues that scientific facts are not simply discovered, but are also socially constructed through practices, through negotiations, through materialities, in the Econpublic project we studied the newsrooms from that perspective.*

It has been very special the reception to that side of the research. Every time I've presented this work there's been sympathy towards the stress on practices. Partly, because I've presented it to audiences where journalism is not often a theme or object of inquiry, I've never presented at a communication studies conference. Well, actually, I did present some of the work at the Columbia School of Journalism, and I was graced by a very distinguished audience— including Herbert J. Gans who passed away last month. For those who believe in the value of ethnographic work in newsrooms, I think our approach feels very plausible.

I think one issue has been that we really haven't had much to say to journalists who are facing in real time an onslaught on their profession. In a way we have nothing to tell them. We have no solution to the business model of journalism or the creeping in of precarity in the profession. Our work is almost about something alien to journalism in this visceral sense. It's more about public culture in a very specific definition. It's not about the house on fire problem that journalists have to face now. So, I think our contribution has lacked the urgency to stand out compared to some of the other themes that are out there. We certainly have something to say about the social value of journalism. We show how journalists participate in crucial channels of information and knowledge, helping a modern economy and polity to function. It's hard to imagine one without the other, even as we right now travel in that direction. And I think the project has not yet been understood in those ways, we never spelled it out.

Tomás Undurraga: *In my own experience presenting the results of ethnographic fieldwork conducted in the newsrooms of Valor Econômico in São Paulo and Globo in Rio de Janeiro (Undurraga, 2017a, 2017b, 2018), I often encountered surprise—particularly at sociology conferences in Brazil—regarding how I gained access to such spaces. From the standpoint of Brazilian academic sociology, there tends to be a significant level of distrust between mainstream media institutions and researchers. Many social scientists are met with suspicion when approaching financial newsrooms or large media conglomerates like Globo, often due to preconceived notions about the critical or ideological lens they are presumed to bring. What I believe facilitated my access—and even created a welcoming disposition among journalists—was the question about knowledge production in journalism – and probably the fact that we were coming from Cambridge. Rather than focusing on*

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

ideology or media's relationship to capital, I asked about journalism as a form of knowledge production. This framing was novel to them. It wasn't about scrutinizing their beliefs or institutional affiliations, but about understanding how they, as journalists, produce and convey knowledge about the economy. At Valor Económico they were very proud of their own history, so perhaps they thought that this was a way of showing and sharing their story out.

Interestingly, never worked for me... never opened any doors for me! In the US context, all the work I was able to do was through interviews and archival research. And the reason was always clear, it was quoted to me at some point "Do I want an academic snooping around what we do? I'll pass." It is a variation on what we discussed before, no sense of deference. They think there's no value for them in this. It's more trouble than it's worth, anticipating some reputational loss down the road.

A final point about the Econ Public project that speaks to your experience. We didn't set out to contribute to communication studies or journalism studies, we wanted to learn from what journalists were doing. We were not necessarily looking for lessons to teach back to them. The project did cast a light on best practices, we looked for cases that confirmed our intuition. And I think there is also a lesson, maybe, of boldness: that interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise. The perishability of journalism encourages a freedom to experiment.

The other subject that I've recently spent some time looking at is the new economic sociology, post actor network theory. I mean the work of Michel Callon and associates starting in the 1990s and that is now part of that expansive constellation of social studies of finance, critical accounting, valuation studies. I never realized until recently that what we were doing was so similar to what they do. In terms of the role of indexation, calculation, commensuration in various ways. Because we dealt with economic and financial journalism, where practices are copied back and forth between business, academia and journalism, our findings connect better with economic sociology than they do with communication studies.

Tomás Undurraga: *I very much agree with you. In my own research, I was inspired by the new, new economic sociology (McFall and Ossandon, 2014), especially by valuation studies. I felt inspired to understanding these disputes about how to produce value, and how the promise of Valor Económico – of producing economic value through news – was realized. David Stark (2009) work on the value of dissonance, and how organizations produce value when they manage to maintain heterarchical repertoires of valuation frameworks in place, was a big insight for our research.*

Yes, you understood this earlier than me. And this is one of the punchlines of that research. The notion that this social knowledge, that economic knowledge, happens not hierarchically. Knowledge is not coming from academia, and then applied and translated into journalism. But it happens, by way of a distributed exercise of reconfiguration. We used the term *bricolage*, from Engelen and colleagues, in our discussion on this point. This exercise of constructing something that is sort of generally new, made of bits and pieces of various things, I found quite a lot of this in editorial documents where editors and publishers asked how do we reinvent our magazine or our economic coverage? What are the elements we should put in place? Who should be doing this reporting? Should we get statisticians? Should we get economists? In what roles? Do we ask a statistician to put it all together or ask a narrative writer to do it? How do we digest a week of industry and trade, by number or by story, or by a combination of both? All these editorial discussions are about models, but they are impure models that are constantly being reinterpreted and reinvented. In those discussions, you see undressed what's at stake. You are told of all kinds of pressures and demands that are placed on a publication to succeed. All of that is laid bare. At least, that's what I found, very luckily, in the archives of a few American magazines.

Tomás Undurraga: *You've also studied the role of print media in shaping management culture—particularly how economic knowledge and statistics are communicated through business magazines in the United States. You paid special attention to Fortune and Businessweek as privileged outlets (Mata, 2011). Why did you choose those particular magazines? Could you tell us more about that research?*

Some of that work fed into the ECONPUBLIC project (Mata, 2018), and it was about the representation of the economy. What counts? How do we count it? Who are we counting for? A well-known but not widely acknowledged fact is that magazines and print publications have been pioneers in numerical representation of the economy. We celebrate and think highly of statistical institutes, but before them mass publications were already indexing trade and commerce and prices and industrial activity. When this happened in the late nineteenth and early twentieth century, these magazines were unlike what they are today, they were tightly linked to industry and professions. So, they were involved in processes of professionalizing management and engineering. They were tools for the aspiring professional; only much later do they become more like infotainment. Today one finds these publications sold in airports or train stations, back then they were subscription-based publications delivered at the office addresses of middle or higher management. So, they fit within a particular ecology of professionalism and expertise, and they were pioneers of what we now take for granted as being the normal functions of the statistical state.

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

Tomás Undurraga: *That's great. If business magazines like Fortune and Businessweek were crucial in the 20th century—not only for shaping economic representations but also for legitimizing corporate capitalism, particularly in the United States—what kinds of media do you think play that role today? Or to put it another way: where are the ideas and ideologies that renew and justify capitalism being produced and circulated now?*

Well, *Wired* has been a crucial partner for the emergence of cyberculture and Silicon Valley mythologies. So that's a publication of interest, that has been maybe not influential on the metric of how many people read it, but certainly an important player in the affirmation of the Californian ideology. I was thinking about this just today. I was supervising a student who wants to work on *Fintech*, and I for the first time was looking up *Fintech* magazines. But one shouldn't only think about those kinds of formats. I also have a student working on communities that are organized through blockchain. I think print culture and its digital analogs remain vital today. The clue is not to look for size and recognition. When *Business Week* and *Fortune* were vanguards, their circulations were small, you would not find them in newsstands. They were never dominant and hyper visible. It remains crucially important to think in writing and to have long form, so I would venture that any interesting new dimension of our economy or politics will have a viable long form periodical, print or digital, open, behind a pay wall or in a blockchain.

Tomás Undurraga: *Given the current state of affairs, one could argue that the public sphere is in turmoil. We're witnessing increasing fragmentation, growing polarization, a crisis of credibility for traditional journalistic institutions, and the widespread circulation of misinformation. In this context, how do you envision the future of public economic debate?*

I think I'm optimistic, it's a new feeling for me, I am not easily an optimist. Why do I feel that way? I think I am seeing a falling apart. I think the danger was hegemony by the platforms and they are now on the losing side of history. You see people now leaving X, for you know alternatives like bluesky, or Mastodon, but it is meaningful. When you start seeing this feeling of exhaustion and burn out that social media is producing there comes a point when the ground is fertile again for people to exercise critique. I am now familiar with the movement by parents to keep kids away from mobile phones as long as possible. Parents haven't yet realized that they are the problem, that they are hooked on phones too. Half a step, but these are things that weren't there five years ago. To me that suggests that we haven't seen the future. This isn't the future. The future is something else. That there's hope for unweaning ourselves from the asphyxiating power of social media which has been to a large extent the nemesis of a lot of print culture and public debate.

Tomás Undurraga: *I agree that there are some glimmers of hope in those reactions—both at the governmental level and among parents. However, I do think it's very difficult to imagine the public sphere functioning as a broad, collective space for the debate of ideas—especially in a context marked by polarization, misinformation, and the fragmentation of discourse. The cohesive, unified idea of the public sphere—à la Habermas—feels increasingly untenable. Today, the public sphere has few clear boundaries, and in many ways, we're seeing multiple public spheres coexisting in parallel. That, I think, presents a serious challenge for any meaningful form of public debate.*

Well, the Habermasian public sphere was always a normative, regulative ideal, right? Even his story is that it only lasted this instant, and then immediately got subverted and betrayed. So, it hasn't died in the last 20 years. It's always been a fleeting horizon that we've aimed for. And I agree that this is not a bad idea. It would be great, but not necessarily something that we should be endorsing as a middle or short-term goal. I think our immediate goals are to protect social connection and political empowerment. My job these days requires spending a lot of time checking for plagiarism and chatGPT on assessments. It is a veritable pandemic afflicting higher education. And my colleagues wonder why I'm not more depressed. Yet, I'm optimistic there too. I think there has been a moment of enthusiasm with Artificial Intelligence, and we are still in it, the belief that it can do magical things and therefore it can do everything. But we are on our way to realize that it's pretty bad, and it's not going to keep improving. People will realize what they're losing out by relying on it. And that's our hope. Our hope is to make people remember the joy of human connection among teacher and student and among fellow citizens, of doing the work for themselves, of thinking for themselves. That it is a route to a healthier life, an affirming way of living.

Tomás Undurraga: *I just want to believe that people will actually take the hard work of doing the work we have traditionally done in academia.*

Part of that is finding joy in switching off. Going back to paper, for instance, finding joy in paper again, in slowness and craftsmanship, finding joy in being in community and connection. It's tough. Maybe you have noticed that people are complicated.... None of that is easy. But it's a lot better than the screens and the echo chambers they imprison us in.

Tomás Undurraga: *You've also written about social science methodology and the funding regimes that shape academic research. In light of the recent conservative backlash against universities and critical thinking—in Brazil, the United States,*

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

and elsewhere—two questions arise: What should universities do to protect their autonomy and independence? And where should social scientists studying the public sphere focus their attention in these challenging times?

Yes, I've written on that, and it is one of the topics that I teach at University College London. I run a module called Political Economy of Science, where I look at how science is funded, how science is managed, and how that matters. To me the more frightening story is not the government backlash - although that's pretty frightening, if you're in American universities. But I think the trend that worries me the most is the ongoing loss of power of the faculty to administrative control. Although often it is academics in these administrative positions, the way that power is seized away from the faculty as a democratic body has been hyper-charged in the current regime of universities competing for students in a global marketplace. As higher education has come to be understood as a product to be sold and Universities are no longer understood as civic institutions, this has supercharged this transformation. Universities are no longer bound to a duty towards a national space or citizenry. They are not quite for the highest bidder, but for whoever can afford its fees and costs and have the grades to be admitted. The consumerism has legitimized a centralization of functions and a logic of performance that feeds on these reputational metrics that get excessive attention, global rankings and the like. I see it having a huge impact on what we teach, how we teach and so on. To me that is the biggest story.

But on to the Trump moment and similar targeting of Universities by nativists and populists elsewhere... they are clear in their motives, they see universities draped in cosmopolitan globalism and as a safe haven for their political antagonists. To me the lines are obvious. Universities like Harvard, Princeton and Yale, with deep endowments, they should fight back because they can. Universities that can't survive on the basis of their endowments or student fees and private contracts don't have much choice, to disobey the federal paymasters would have a huge material impact on the life of the institution and everyone around it. The state bludgeon could be an existential threat to many of these institutions, but that still leaves us more than a few that have the privilege to demonstrate that all these values that we subscribe to really matter and stick to principle. Someone has to, so much rests on it. Civil disobedience is going to be the most important means to resist the age of Trump. If no one disobeys, then they will win. That is an invitation to political action, in defense of academic autonomy and of a civic calling, which as I said, is being compromised from the inside too. But I believe that there's merit in defending it, from both external and internal harms. Otherwise, what's the point of being an academic? If we don't have these myths to lighten our load? We need that fiction, we need hope.

REFERENCES

- BARNES, Barry; BLOOR, David; HENRY, John. *Scientific knowledge: a sociological analysis*. Chicago: University of Chicago Press, 1996.
- BLOOR, David. *Knowledge and social imagery*. Chicago: University of Chicago Press, 1976.
- CALLON, Michael. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. *The Sociological Review*, v. 32, n. 1 (suppl), p. 196–233, 1984. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1984.tb00113.x>.
- ENGELEN, Ewald et al. Reconceptualizing financial innovation: frame, conjuncture and bricolage. *Economy and Society*, v. 39, n. 1, p. 33–63, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1080/03085140903424568>.
- GIERYN, Thomas F. Boundaries of science. In: JASANOFF, Sheila et al. (org.). *Handbook of science and technology studies*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995. p. 393–407.
- LATOUR, Bruno; WOOLGAR, Steve. *Laboratory life: the construction of scientific facts*. Princeton: Princeton University Press, 1979.
- MATA, Tiago. Trust in independence: the identities of economists in business magazines, 1945–1970. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, v. 47, n. 4, p. 359–379, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1002/jhbs.20516>.
- MATA, Tiago. The managerial ideal and business magazines in the Great Depression. *Enterprise & Society*, v. 19, n. 3, p. 578–609, 2018.
- MATA, Tiago (org.). *Economics as news. History of Political Economy*, v. 55, supl. 1, 2023. Durham: Duke University Press. DOI: <https://doi.org/10.1215/00182702-10875031>.
- MATA, Tiago. *Radical Expectations: How the New Left Changed Economics*. Cambridge: Cambridge University Press. 2026.
- MCFALL, Liz; OSSANDÓN, José. What's new in the 'new, new economic sociology' and should organization studies care? In: ADLER, Paul S. et al. (org.). *Oxford handbook of sociology, social theory and organization studies: contemporary currents*. Oxford: Oxford University Press, 2014. p. 510–533.
- STARK, David. *The sense of dissonance: accounts of worth in economic life*. Princeton: Princeton University Press, 2009.
- UNDURRAGA, Tomás. Making news, making the economy: technological change and financial pressures in Brazil. *Journal of Cultural Sociology*, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017. DOI: [10.1177/1749975516631586](https://doi.org/10.1177/1749975516631586).

"Interesting journalism happens when journalists try out new ideas, try out new ways of representing the economy, and are not intimidated by the authority of established expertise" an interview with Tiago Mata

UNDURRAGA, Tomás. Making news of value: exploiting dissonances in economic journalism. *Journal of Cultural Economy*, v. 10, n. 6, p. 510–523, 2017b. DOI: 10.1080/17530350.2017.1359794.

UNDURRAGA, Tomás. Knowledge-production in journalism: translation, mediation and authorship in Brazil. *The Sociological Review*, v. 66, n. 1, p. 58–74, 2018. DOI: 10.1177/0038026117704832.

Varia

TRAJETÓRIAS DISPOSICIONAIS
UNIVERSITÁRIAS: O ESTUDO DOS ALUNOS
EGRESSOS DA UFRB E DA UFGD

*UNIVERSITY DISPOSITIONAL
TRAJECTORIES: A STUDY OF STUDENTS
GRADUATE FROM UFRB AND UFGD*

*TRAYECTORIAS DISPOSICIONALES
UNIVERSITARIAS: UN ESTUDIO DE ESTUDIANTES
GRADUADOS DE LA UFRB Y UFGD*

*Thais Joi Martins**

*Márcio Rogério Silva***

*Julio Cesar Donadone****

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo identificar capitais, reconversões de capitais e homologias de *capitais/habitus* como elementos de reprodução das desigualdades profissionais entre gerações, situadas em contextos regionais distintos, a saber, (UFRB) Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e (UFGD) Universidade Federal de Grande Dourados. Buscamos identificar diferenças e homologias de capitais e de níveis de estratificação/segmentação entre os grupos. Foi possível concluir que, se por um lado os capitais culturais e econômicos dos pais e avós são elementos potencializadores de distinção, no que diz respeito aos postos de trabalho, vimos transformações em curso para classes sociais que romperam a barreira da desigualdade de acesso.

PALAVRAS-CHAVE: Sociologia Bourdieusiana. Educação. Mercado de trabalho. Estratificação.

* Departamento de Educação. Universidade Federal de Viçosa (UFV). Orcid: 000-0002-1929-2440 E-mail: thais.joi@ufv.br

** Centro de Ciências da Natureza, UFSCar (Campus Lagoa do Sino). Orcid: 000-0002-8176-1551 E-mail: marciosilva@ufscar.br

*** Departamento de Ciência Política. Departamento de Engenharia de Produção, UFSCar (São Carlos). Orcid: 0000-0002-2129-0129 E-mail: julio@dep.ufscar.br

ABSTRACT: *This article aims to identify capitals, capital reconversions and capital/habitus homologues as elements of reproduction of professional inequalities between generations, located in distinct regional contexts, namely, (UFRB) Universidade Federal do Recôncavo da Bahia and (UFGD) Universidade Federal de Grande Dourados. We sought to identify differences and homologues of capitals and levels of stratification/segmentation between the groups. It was possible to conclude that, while on the one hand the cultural and economic capitals of parents and grandparents are elements that enhance distinction, with regard to jobs, we saw ongoing transformations for social classes that broke the barrier of inequality of access.*

KEYWORDS: *Bourdieuian Sociology. Education. Market of work. Stratification.*

RESUMEN: *Este artículo busca identificar capitales, reconversiones de capital y homologías de capital/hábitus como elementos que reproducen desigualdades profesionales intergeneracionales, en contextos regionales distintos: la Universidad Federal de Recôncavo da Bahia (UFRB) y la Universidad Federal de Grande Dourados (UFGD). Buscamos identificar diferencias y homologías en los capitales y los niveles de estratificación/segmentación entre los grupos. Concluimos que, si bien el capital cultural y económico de padres y abuelos es una fuente potencial de distinción, en lo que respecta a los empleos, observamos transformaciones continuas en las clases sociales que derribaron la barrera de la desigualdad de acceso.*

PALABRAS CLAVE: *Sociología bourdieusiana. Educación. Mercado laboral. Estratificación.*

Introdução

Nossa proposição central consiste em compreender quais foram as posições ocupadas por estudantes egressos de duas universidades periféricas do Brasil e se estes obtiveram, diante das áreas de formação e mercado de trabalho, o efeito positivo das políticas públicas e econômicas. Analisamos ainda o efeito diploma mediante a origem e trajetória social desses egressos. Buscamos compreender, também, através do levantamento de trajetórias dos alunos, em que medida ocorreram implicações de reprodução social ou de reconversão social nas trajetórias acadêmico-profissionais dos alunos analisados, a fim de compreender em maior profundidade como são dimensionados os processos de estratificação e desigualdade social dentro desses grupos.

Para isso, buscamos analisar as trajetórias dos egressos dos nove cursos da área de humanas do Centro de Humanidades e Letras (CAHL-UFRB). Esses cursos foram reagrupados em duas categorias, de acordo com seu prestígio: Cinema, Artes

Visuais, Museologia, Comunicação Social e Publicidade e Propaganda foram classificados como de ‘alto prestígio’; enquanto Ciências Sociais, Serviço Social, Gestão Pública e História foram classificados como de ‘baixo prestígio’. Posteriormente, integramos à análise os egressos do curso de Engenharia de Produção da UFGD, em Mato Grosso do Sul.

Nesse sentido, dividiremos o artigo em alguns tópicos heurísticos e epistêmicos, a fim de oferecermos um caminho didático e explicativo ao leitor sobre as diversas etapas teórico analíticas. Logo, o primeiro tópico buscou entender primeiramente como a teoria disposicional se conecta ao nosso objeto de pesquisa. Em seguida procedemos com algumas explicações metodológicas sobre o percurso das pesquisas e, por fim, detalharemos o processo de estratificação e segmentação que foi analisado em ambas as universidades através da aplicação da técnica de ACM (análise de correspondência Múltipla).

A teoria disposicional e os agentes estudados

O presente artigo busca refletir por meio de uma dialogia das condutas individuais e coletivas, as práticas disposicionais e a conformação do *habitus*, vinculadas a origem social e trajetória escolar dos agentes estudados. Essas práticas por sua vez, os direcionarão a ocupar posições distintas dentro do mercado de trabalho, por meio de uma distribuição desigual de recursos materiais e simbólicos. Esses recursos por sua vez, se materializam no formato de capitais (cultural, econômico, social e simbólico) e hierarquizam, estratificam e segmentam o espaço social analisado, tornando eficiente o exercício das disputas e lógicas de poder. (Bourdieu, 2008)

Nossa análise busca observar os esquemas simbólicos que são subjetivamente internalizados com o decorrer das gerações e se transformam em práticas cotidianas dos agentes, na medida em que essas disposições mentais que se materializam através do gosto, movimentam as escolhas de atuação em diversos setores profissionais após o momento em que esses egressos se formam. Deste modo, o agir, interpretar, classificar, e avaliar o mundo parte de movimentos pré-reflexivos que se materializam na conformação dos estratos, empoderando alguns agentes e desempoderando outros. (Bourdieu, 2008)

Buscaremos, portanto, respaldados e inspirados em Pierre Bourdieu, veicular os mecanismos sociogenéticos que se constroem historicamente e socialmente de maneira diversa, lançando nosso olhar principalmente para as variações das habilidades agênticas regionais brasileiras. Ou seja, para além de demonstrar a variabilidade agêntica regional buscaremos mostrar também, a diversidade de posições ocupadas a partir de um mesmo espaço social (cursos de formação universitária) em função das coerções sócio estruturais. Nesse sentido, poderemos tentar captar ações não

conscientes materializadas e representadas através do mecanismo da reprodução social das desigualdades em escala macrosocial.

Cabe mencionarmos também que para além dos mecanismos de reprodução, observamos a dinâmica de movimentos de *histereses* e de auto objetificação, por meio do princípio da reconversão social ou da mobilidade ascendente. Ou seja, observamos também de maneira prática elementos que mostram que o universo subjetivo dos agentes não está sempre em cumplicidade ontológica ou em conformismo lógico (Durkheim, 1996) quando alguns grupos se deslocam ascensionalmente no campo, desconstruindo as antigas disposições transmitidas geracionalmente por seus pais. (Bourdieu, 2008).

Logo, cabe mencionar nesse sentido a existência de um certo espontaneísmo e criatividade que parte das ações sociais quando:

Não apenas pode o *habitus* ser transformado praticamente (sempre dentro de fronteiras definidas) pelo efeito de uma trajetória social levando a condições de vida distintas daquelas iniciais, como também pode ser controlado por meio do despertar da consciência e pela socio análise (Bourdieu, 1990, p.116).

Para além de pensar nossa presente reflexão em torno da literatura supracitada é importante mencionar que existem correntes teóricas e trabalhos brasileiros na área da educação através dos quais podemos dialogar em termos analíticos. A saber, Nogueira (2021) analisa o vínculo entre as posses da riqueza cultural ou dos capitais culturais como direcionadores do êxito escolar. Logo, a autora conclui que “as práticas culturais consagradas são hoje menos rentáveis e menos transmissíveis do que no passado;” e “os investimentos econômicos dos pais têm se mostrado cada vez mais um elemento impulsionador do sucesso escolar dos filhos” (Nogueira, 2021, p.1) Essa ideia, por sua vez, corrobora com alguns de nossos achados nas análises sobre os cursos de ciências humanas no centro estudado.

Já Almeida, Perosa, Lamana, Maia, (2024) analisam as mudanças ocorridas na configuração dos discentes na USP pós-período de implementação de cotas e também usam a técnica de análise de correspondência múltipla. Chegam à conclusão de que esta universidade se tornou mais negra, mas feminina. Ou seja, mesmo considerando suas diferenças significativas em termos de consagração, existe um perfil que se aproxima do perfil das universidades do pós reuni estudadas no presente artigo.

No que diz respeito à metodologia, outros trabalhos como os de Klüger (2018) ratificam a importância do uso da técnica da análise de correspondência múltipla no presente artigo; A autora percorre o movimento histórico do uso da técnica de análise de correspondência múltipla esboçando seus precursores, tais como, a escola de Pierre Bourdieu na França e as pesquisas herdeiros do mesmo autor que trabalham com a técnica no Brasil. Analisa o *savoir faire* da técnica metodológica e divulga a

sua importância nos estudos de trajetória que analisam o conceito de “campo” ou espaço social.

No que diz respeito à sociologia da educação Klüger (2018) cita dois artigos importantes, tais como o de Graziela Seroni Perosa e Cristiane Kerches da Silva Leite (2015) intitulado “O espaço das desigualdades educativas no município de São Paulo” e “Esboço de uma sociologia do campo acadêmico: a educação superior no Brasil” (2008) da autora Ana Paula Hey que também são inspirações metodológicas para o presente artigo.

Procedimentos metodológicos

Como linha teórico-metodológica central, foi tomada por base a distinção de Bourdieu (2008) o qual faz uma prosopografia sob o suporte da (ACM) Análise de Correspondência Múltipla, de maneira a analisar processos de diferenciação social. Conforme Stone (2011), a prosopografia é a investigação das características comuns de um grupo de agentes na história, por meio de um estudo coletivo de suas trajetórias de vida. Esses dados, por sua vez, podem ser tabulados e categorizados, de maneira que seja possível aplicar a técnica estatística de análise de correspondência múltipla (ACM). A ACM é uma técnica multivariada para dados categóricos com intuito de evidenciar relações entre indivíduos e deles com as características estudadas, quando se trata de associações não triviais ou pouco perceptíveis, dado um conjunto complexo de indivíduos e/ou variáveis. Após a redução da dimensionalidade, identificam-se os grupos homólogos ou que possuem associação entre si. (Greenacre; Blasius, 2006).-

Logo, a ACM faz a normalização das variáveis comparando-as umas com outras em termos de contribuição para distinção social ou estratificação entre os indivíduos. O grupo de variáveis que mais contribuem para a distinção\estratificação constitui a dimensão 1 (eixo x no plano cartesiano), na qual a variável que mais contribui para distinção de indivíduos assume valores maiores em um dos eixos do plano cartesiano. Nesse sentido, a origem (ou seja, o centro do gráfico) é representada pelas variáveis que pouco distinguem os indivíduos. Da mesma maneira, outro conjunto de variáveis cooperam para construir a dimensão 2 (eixo y no plano cartesiano) com uma menor contribuição para distinção em relação a dimensão 1, tratando-se do segundo conjunto que mais legitima a distinção\estratificação.

É justamente pela divisão em dimensões, com o *eigenvalue* (porcentagem da amostra total projetada no eixo) sendo fracionado, que é possível hierarquizar as variáveis categóricas por dimensão e por grau de distinção, demonstrando o espaço euclidiano dos dois eixos. Assim, é possível reduzir a dimensionalidade dos dados e tornar mais visual a distinção\estratificação dos indivíduos.

Para executar a presente pesquisa, partimos da tabulação dos dados no Excel, de maneira separada entre as duas universidades e executamos o método de Análise de Correspondência Múltipla (ACM) no pacote *FactoMineR* do *software* R estatística (Husson et al. 2008). A escolha de rodar os dados separados teve a intenção de demonstrar que, para diferentes áreas do conhecimento e diferentes regiões brasileiras em que as universidades estão inseridas, alguns capitais têm relação entre si e outros configuram-se a partir de realidades particulares, das suas respectivas áreas e relacionam-se com seus contextos socioeconômicos regionais.

Portanto, os dados coletados no presente estudo na (UFRB) visam avaliar a influência de variáveis sociais, culturais e econômicas, dentre elas a origem dos pais e avós de estudantes de cursos da área de Humanas na escolha profissional desses egressos. Para o caso da UFRB, o banco de dados constava de 386 indivíduos entrevistados a partir de um *survey* que foi direcionado aos alunos (que no período de coleta cursavam o último ano de seus cursos) do Centro de Humanidades nos anos de 2016, 2017 e 2018, na UFRB, nos seguintes cursos: Artes Visuais, Ciências Sociais, Cinema, Comunicação Social, Gestão Pública, História, Museologia, Publicidade e Propaganda, Serviço Social. Os dados foram coletados tanto em sala de aula, nas áreas comuns do Centro, bem como via formulário do Google Docs. Após o período de coleta, os alunos se tornaram egressos e foram contactados e indagamos sobre a sua primeira posição ocupada no mercado de trabalho.

As variáveis selecionadas foram: classe social dos pais, escolaridade do pai, escolaridade da mãe, escolaridade do avô, escolaridade da avó, renda do pai, renda da mãe, trabalho do pai, trabalho da mãe, esporte, quantos livros costuma ler, lazer, opção partidária, opção musical, raça, sexo, setor profissional atual ocupado depois de formado.

Para realizar os ajustes dos modelos, as profissões (variável “Profissão Atual”) foram agrupadas pelos pesquisadores em três categorias dentro de cada curso, sendo que na categoria 01 estão as profissões consideradas de “maior sucesso”, na categoria 02 de “intermediários” e na categoria 03 de “menor sucesso” profissional (desemprego). Seguindo os estudos de estratificação nomearemos cada uma das categorias citadas como estratos.

O estrato de maior sucesso foi elencado primeiramente a partir das percepções do que seria ser “bem-sucedido” de acordo com a subjetividade dos entrevistados. Ou seja, através de entrevistas qualitativas elaboramos uma lista de posições bem-sucedidas indicadas pelos entrevistados. Posteriormente classificamos dentro deste estrato setores de maior estabilidade financeira no mercado de trabalho ou as propriedades que se referem ao *status* socioeconômico de sucesso dos entrevistados. No segundo momento consultamos alguns professores dos respectivos cursos para averiguar em qual estrato enquadraríamos os setores em que os respondentes diziam estar posicionados.

O estrato intermediário de forma geral expressa as ocupações de menor prestígio subjetivamente elencadas pelos estudantes da universidade, e também, por alguns professores. É importante mencionar que as ocupações mencionadas deste segundo estrato são instáveis, de baixa remuneração, comumente denominadas como “bicos”. Já o terceiro estrato se alia a evasão do egresso do seu campo de atuação profissional. Nesse sentido, depois de ter se formado esse indivíduo se encontrará desempregado.

É importante dizer que fizemos escolhas metodológicas diferentes nas análises das duas universidades. Na UFRB demos prioridade para a análise qualitativa\subjetiva quando escolhemos os três estratos distintos, baseando-nos nas contribuições subjetivas de entrevistas qualitativas com professores e nas asserções, apreciações e divisões de mundo realizadas pelos alunos\egressos (Bourdieu, 2008). Nesse sentido, a pesquisa tem seu pressuposto alicerçado em asserções cognitivas e subjetivas dos agentes, para posteriormente se fazer as divisões e classificações necessárias para a análise. Já no caso da UFGD, partimos de outro sistema de classificação. Mobilizou-se o *software* estatístico R, a fim de que ele mesmo, através de elipses, calculasse, classificasse, e dividisse os grupos a partir de critérios matemáticos.

Nosso objetivo em partir de diferentes princípios de classificação, foi o de demonstrar que é possível utilizar uma análise estatística de ACM que se baseia em princípios classificatórios distintos. Ora em princípios subjetivos, ora em princípios propriamente matemáticos. É importante ressaltar que embora fossem usadas estratégias metodológicas distintas para coletar ou agrupar os dados, ou seja, embora o caminho metodológico tenha sido construído a partir de pressupostos racionais distintos, o resultado obtido foi o mesmo.

No caso da UFGD, os dados foram coletados em um único curso, Engenharia de Produção, com 42 respondentes formados. Neste sentido, foram levantadas 38 variáveis categóricas e suas respectivas subcategorias (variáveis categóricas ativas), dentre elas, para a análise desse artigo destacam-se: gênero, renda, tipo de escola em que estudou, escolaridade e profissões dos pais, atividades de extensão, pesquisa que participou, intercâmbios, se foi ou não *trainee*, setores de atuação, porte da empresa, entrada na universidade pelo sistema de cotas. Ao mesmo tempo, foi rodada no *software R* a análise de clusters. Diferente do método de classificação que aplicamos para a UFRB, as variáveis da trajetória social pregressa e da construção do capital acadêmico e simbólico dos estudantes foram analisadas e correlacionadas com a renda futura dos egressos¹, a partir do momento em que o algoritmo faz uma categorização automática de *clusters*. As faixas salariais analisadas na variável

¹ Essa diferenciação ocorreu, pois existe uma distinção em termos de empregabilidade e renda no que diz respeito ao curso de engenharia em comparação com os cursos de humanas. Essas particularidades e diferenciações ocupacionais (para os cursos de humanas) não puderam ser categorizadas na forma de renda, mas foram categorizadas através de outras formas de capitais econômicos.

categorica renda foram: f0 (abaixo de 1000); f1(entre 1.001 e 2.000); f2 (entre 2.001 e 4.000); f3 (4.001 a 6.000) e f4 (acima de 6.000). Também foram utilizadas elipses, para visualizar alguns capitais em destaque e que são comuns às duas amostras, a saber, os capitais dos pais foram categorias importantes de marca distintiva\de estratificação.

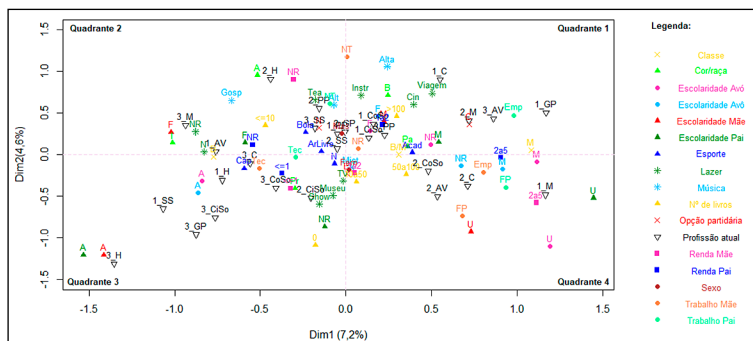
Cabe mencionar que o objetivo do artigo não foi o de fazer uma comparação entre as duas universidades, antes de expor as especificidades de áreas de formação e regionais de cada uma delas, demonstrando qual a relação existente entre os dados do perfil cultural, econômico e simbólico desses alunos\egressos e a posição ocupada pelos mesmos estudantes no mercado de trabalho em diferentes regiões do território nacional.

Análise de correspondência múltipla nos cursos de humanas na UFRB

A Erro: Origem da referência não encontrada apresenta o cruzamento entre as duas dimensões analisadas, considerando variáveis ativas e suplementares. Esse gráfico mostra a associação entre as categorias de cada variável presente na análise, sendo que quanto maior a proximidade das classes, maior a presença de associação.

Categorias que estão ao centro tendem a não estar associadas a alguma outra e se relacionam a variáveis ou indivíduos que não possuem tanta distinção. Para uma visão mais detalhada, recorreremos às avaliações por quadrantes nos gráficos de 2 a 5. No geral, observamos que, nos quadrantes 01 e 04, lado positivo da Dimensão 1, há uma maior concentração de categorias de melhor condição socioeconômica e cultural e categorias de profissões de maior sucesso, embora algumas categorias mais modestas também sejam encontradas nesses quadrantes:

Gráfico 1: Análise de correspondência múltipla UFRB



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

No quadrante 1, espaço em que encontramos os estratos profissionais de maior sucesso associados aos cursos mais prestigiosos (Cinema, Comunicação Social) observamos que as mesmas se associam a marcadores socioculturais ou capitais culturais associados às classes sociais mais altas. (“Mais de 100 livros”; “Empresário” para trabalho do pai; classe “Média” para os pais; Cor/raça “branca” para os egressos; “Viajar nos finais de semana”; música associada à “Classe Alta, e que possuem opção partidária “Centro”). No entanto, observamos que esses marcadores também se ligam às ocupações de maiores prestígios em cursos que havíamos classificado como menos prestigiosos (Ciências Sociais, Gestão Pública). Ainda encontramos a categoria intermediária dos postos ocupados do curso de museologia. Ao mesmo tempo o quadrante agrega o estrato ocupacional de menor sucesso (desemprego) para os cursos mais prestigiosos de Publicidade e Propaganda e Artes Visuais.

Observamos, portanto, que mesmo os alunos detentores dos maiores capitais que fizeram os cursos de Publicidade e Propaganda e o curso de Artes visuais (cursos que elencamos como prestigiosos no centro) não conseguem ocupar as posições que designam ser de maior sucesso para suas áreas de trabalho, logo, encontram-se desempregados. Ou seja, observamos que o mecanismo de reprodução social, no que diz respeito aos capitais culturais, não se impõe para essas carreiras.

Observamos etnograficamente em sala de aula que o curso de Publicidade e Propaganda e o de Artes Visuais possui alunos com um perfil que contempla capitais culturais mais altos comparados com cursos que denominamos de baixo prestígio, portanto, um possível fechamento do mercado para essas áreas na Bahia pode ser elencado como motivo para o desemprego.

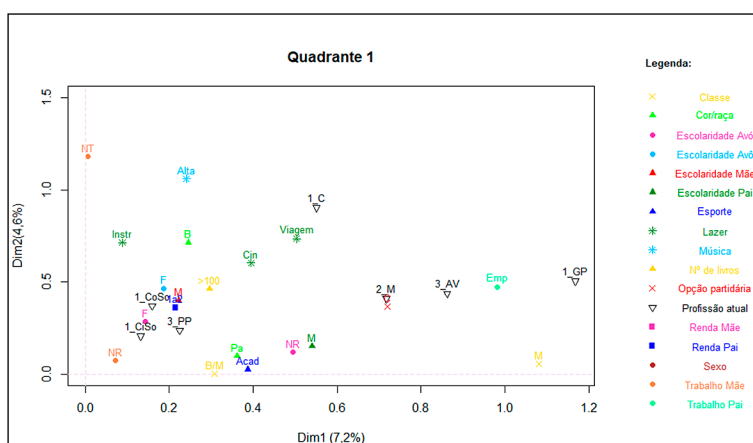
O curso de museologia fica na situação intermediária, na medida em que muitos estudantes, ora encontram-se em empregos subalternos, ora buscam se posicionar em outras áreas. Esse fato pode ocorrer vinculado a problemática de postos de trabalho na área para esta profissão, bem como, visualizamos algumas trajetórias de alunos absentes de capital cultural (tipo de propriedade altamente requisitada pela profissão) que não conseguem se adequar aos postos de trabalhos e propostas exigidas dentro da área.

Já no caso dos cursos de Cinema e Comunicação Social conseguimos constatar elementos de uma reprodução social na medida que, os egressos que possuem os maiores capitais simbólicos conseguem alcançar os postos que almejam e que consideram ser de sucesso. Cabe a observação de que habitualmente conseguimos averiguar a detenção de maior capital cultural e social por parte desses alunos em sala de aula. O curso de Cinema, diferente do curso de Comunicação Social possui uma barreira mercadológica significativa no Brasil e mesmo assim, aparece no Recôncavo como um curso que tem apresentado alunos que se destacam na área e no mercado cinematográfico nacional, já que algumas obras desses alunos foram premiadas. O Curso de comunicação tem tido resultados significativos na alocação

de cargos no mercado de trabalho na Bahia, quando observamos etnograficamente a trajetória da maior parte dos egressos.

No caso do curso de Ciências Sociais e de Gestão Pública constatamos a existência de uma reprodução social, na medida em que os alunos associados a classes mais altas e a capitais mais altos conseguem se posicionar em postos de trabalho que denominam de sucesso em suas áreas. Observamos etnograficamente que os alunos que possuem capitais culturais mais altos conseguem passar em concursos públicos e os alunos do curso de Gestão Pública que possuem capital social inserem-se em cargos de mais alto destaque na região.

Gráfico 2: Análise de correspondência múltipla UFRB



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

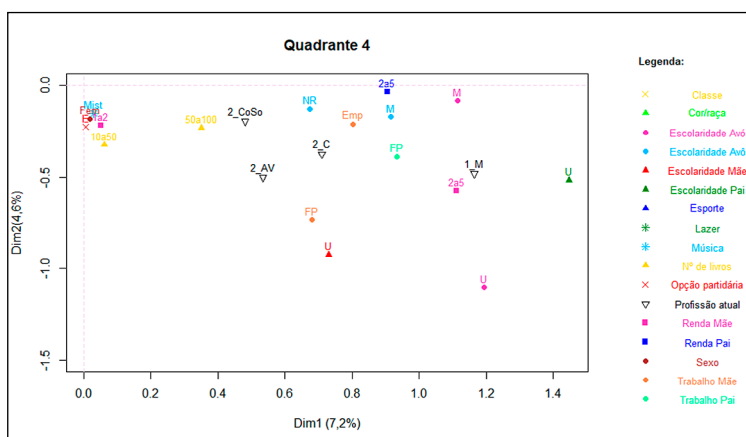
No quadrante 04 abaixo, podemos destacar, quanto à escolaridade, a presença da categoria “Ensino Universitário incompleto/completo” para pai, mãe e avó. Há também categorias de trabalho de prestígio dos pais neste quadrante, “Funcionário público” para pai e mãe e “Empresária” para mãe, assim como a maior categoria de renda dos pais que permaneceu na análise, “de 2.000 a 5.000 reais”. Dentre as profissões, encontramos o estrato de maior sucesso para o curso de Museologia e os estratos intermediários para Comunicação Social, Artes Visuais e Cinema, não apresentando nenhuma categoria de menor sucesso profissional. (Desemprego).

Observamos que os alunos do curso de museologia que possuem pais com um alto capital escolar e profissional (econômico) conseguem se instalar em postos que consideram de sucesso para suas áreas de atuação. Ou seja, o que marca a tomada de posição para o curso de museologia pode ser o *status* profissional e escolar dos pais e dos avós (reprodução social) e nem tanto o peso do capital cultural que está associado ao quadrante 1 e não ao quadrante 4. O fato destacado anteriormente se

assemelha a ideia de Nogueira (2021) quando destaca que os investimentos econômicos dos pais têm sido direcionadores no sucesso escolar dos filhos.

No que diz respeito aos cursos de alto prestígio como Comunicação Social, Artes Visuais e Cinema, aparecem nesse quadrante ocupando o estrato intermediário (ocupações subalternas), ou seja, os egressos ora se encontram em cargos instáveis e de baixo prestígio, ora estão ocupando cargos em outras áreas. Analisamos, portanto, que existe para esses cursos a importância do capital cultural direcionando a ocupação de postos designados pelos mesmos como de destaque, já que o *status* profissional e escolar dos pais e avós, por si só, não consegue dar movimento ascensional às suas trajetórias.

Gráfico 3: Análise de correspondência múltipla UFRB



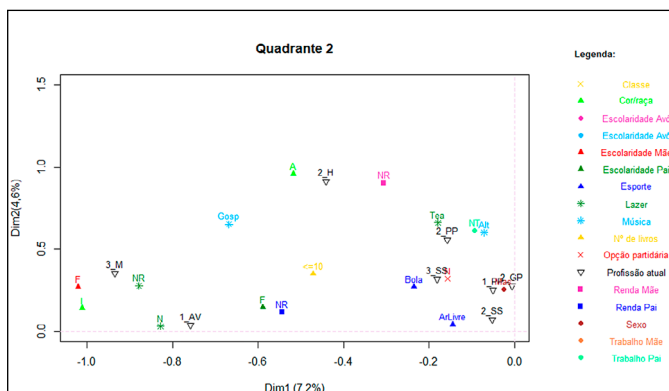
Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

No quadrante 2 abaixo, localizam-se os pais dos alunos que possuem menor escolarização como ensino fundamental, que lêem poucos livros anualmente, cujos pais encontram-se sem trabalhar e no que diz respeito à característica racial, encontramos o grupo de alunos indígenas e que dizem não possuir opção partidária. Os estratos profissionais associados a esses alunos são os setores de mais baixo sucesso (desemprego) para o curso de Museologia e para o curso de Serviço Social.²

Observamos então, que ocorre um processo de reprodução social para os egressos que possuem famílias com baixo capital econômico e escolar, no que diz respeito ao caso específico do curso de Museologia e Serviço social, cujos egressos encontram-se desempregados. Os egressos que conseguem empregos subalternos (estrato intermediário) são os egressos dos cursos de História, Publicidade e Propaganda e Gestão Pública.

² Encontram-se nesse quadrante egressos de outros cursos e estratos, todavia a associação estatística se faz muito fraca.

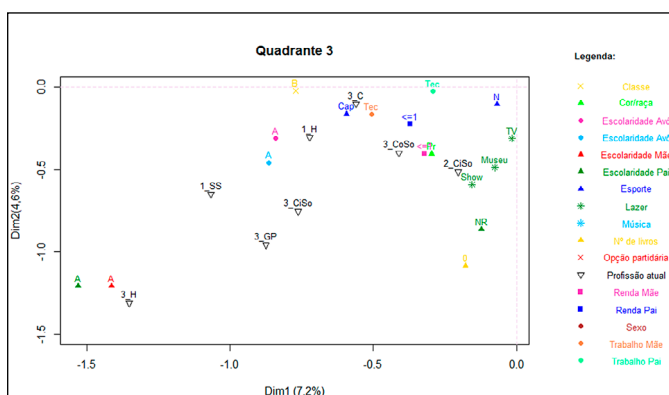
Gráfico 4: Análise de correspondência múltipla UFRB



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

No quadrante 3 abaixo, é ainda mais nítida a concentração de categorias menos favorecidas, ou relacionadas à baixos capitais familiares (analfabetismo dos pais e avós, renda baixa, ocupações técnicas como profissões dos pais, baixa taxa de leitura anual). Esses capitais se relacionam aos egressos dos cursos de História, Gestão Pública, Ciências Sociais, Comunicação Social e Cinema, que estão alocados no estrato de menor sucesso (desemprego). Mas também localizamos as ocupações de maior sucesso para o curso de História e observamos que esses egressos estão associados à origem social baixa e seu sucesso está atrelado aos concursos públicos e a cargos de professores nas redes básicas de ensino e ao curso de Serviço Social (concursos públicos e instituições privadas). Ainda localizamos nesse quadrante os estratos intermediários do curso de Ciências Sociais (empregos subalternos).

Gráfico 5: Análise de correspondência múltipla UFRB

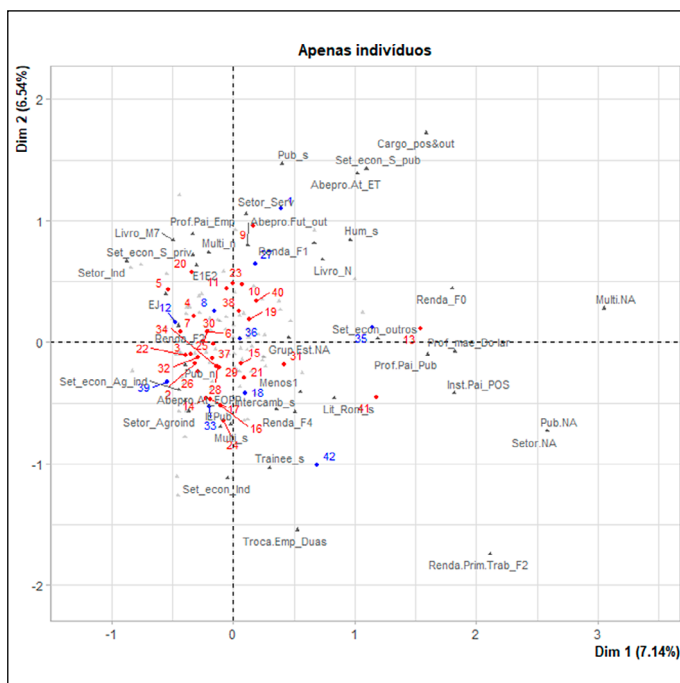


Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Análise de correspondência múltipla no curso de engenharia de produção da UFGD

Apresentamos a seguir a análise de correspondência múltipla dos egressos da UFGD (Universidade Federal de Grande Dourados), em que foram selecionadas as 40 variáveis categóricas ativas que mais contribuíram para a análise:

Gráfico 6: Análise de correspondência múltipla UFGD



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Observa-se no gráfico que os indivíduos são identificados por números a fim de preservar as suas identidades, sendo os de cor vermelha homens e os de cor azul mulheres. Percebemos que os indivíduos com maior capital cultural (elevadas taxas de leitura em perspectiva interdisciplinar) e com taxa de conversibilidade em capital econômico (faixa de renda f4) se concentram no quadrante inferior direito; dentre eles, os mais distintos são os indivíduos 41 e 42³, os quais, depois do processo de

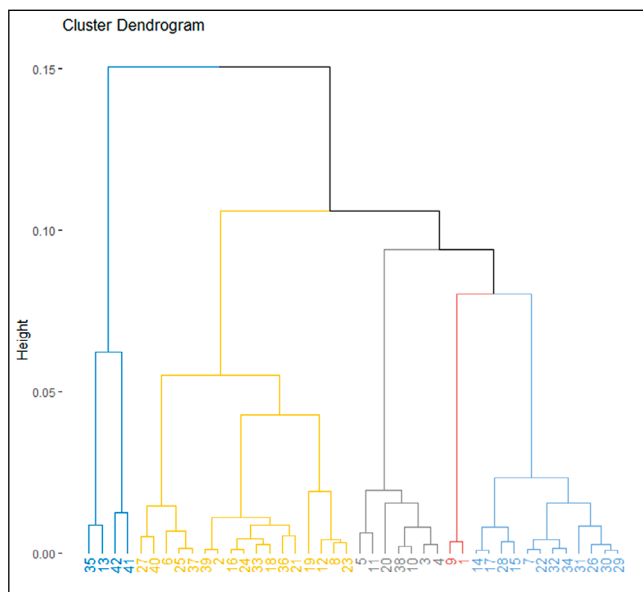
³ No estudo da UFGD mostramos os indivíduos no gráfico, já no estudo da UFRB mostramos as categorias que representavam os indivíduos no gráfico. Realizamos essa diferenciação com fins didáticos para mostrar aos estudiosos de ACM que a técnica pode ser usada ora indicando os indivíduos ora indicando as categorias que representam os indivíduos. Essa diferenciação não interfere nos resultados obtidos.

Trainee em uma empresa americana de alimentos e uma montadora sueca de caminhões, respectivamente, já trocaram de empregos sucessivas vezes, atuando sempre em grandes empresas na região da grande São Paulo e, operam no momento presente em empresas do setor financeiro. Observa-se que possuem sempre ofertas mais vantajosas do ponto de vista financeiro e de carreira, o que indica que a aprovação em um processo de *Trainee* nacional é um capital simbólico importante, com alta conversibilidade para capital econômico. Dentre as variáveis do gráfico, a que se destacou de modo mais importante para adentrarem o processo de *Trainee* foi o fato de terem feito intercâmbio no Programa Ciência Sem Fronteiras.

No quadrante inferior esquerdo, estão localizados indivíduos que tem uma renda intermediária (Renda_f3), logo, estão em galgando posições hierárquicas superiores no interior de grandes empresas multinacionais locais, alguns destes tendo passado por processos de *trainee* internos e com um volume de capital cultural em leitura mediano, entre 1 e 3 livros por ano (Livro_E1-3).

No quadrante superior esquerdo, alguns indivíduos trabalhavam no setor de serviços de empresas locais ou em empreendimentos familiares e, por fim, no quadrante superior direito encontramos egressos em transição, fazendo mestrado ou em fase de transição de área. Posteriormente ao gráfico anterior, realizamos uma análise de cluster para analisar os agrupamentos. Podemos observá-la no gráfico que segue:

Gráfico 7: Análise de Cluster dos alunos da UFGD

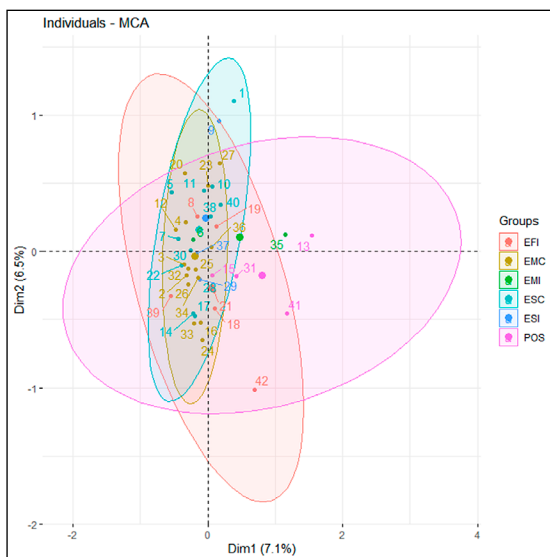


Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Observa-se que, da esquerda para a direita, os indivíduos 13, 35, 41 e 42 tem capitais que se assemelham, especialmente no que diz respeito ao capital dos pais. Observa-se que o aspecto distintivo entre indivíduos se consolida no fato de que 41 e 42 realizaram intercâmbio e processo seletivo de *Trainee*. É importante frisar que esse levantamento foi feito em 2018 e, atualmente, conseguimos constatar que os indivíduos 13 e 35 trabalharam em empresas locais, mas mudaram de setor, uma vez que, o primeiro fez outro curso e criou uma empresa com apoio dos pais e, o segundo trabalha atualmente em uma empresa de informática.

O caso de 42 chama mais a atenção pelo fato de seus pais não terem capital cultural homólogo à trajetória seguida pela mesma. Quando indagada sobre quem teria a incentivado a estudar fora de sua cidade e a buscar outras oportunidades, esta afirmou que sua tia foi a primeira a fazer universidade na pequena cidade na qual ela mora, e esta, por sua vez, era professora na escola em que ela estudava. Logo, obteve incentivo para estudar em uma universidade federal fora de sua cidade. Já o indivíduo 41 nos respondeu que foi o incentivo do pai, que desde criança ensinou-lhe sobre o poder transformador da educação. O último é diretor de uma escola pública que 41 estudou desde criança. Um dos capitais que mais influenciaram na sua distinção foi a escolaridade do pai e da mãe, como podemos ver nas duas elipses a seguir:

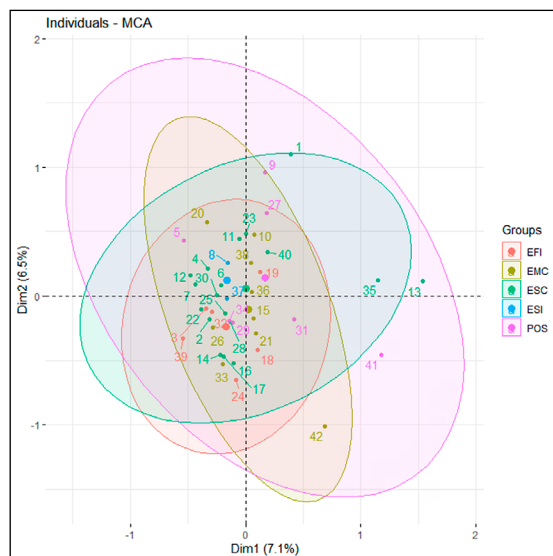
Gráfico 8: Escolaridade do pai⁴



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

⁴ Legenda gráfica: EFI - Ensino Fundamental Incompleto, EMC - Ensino Médio Completo, EMI – Incompleto Ensino Médio, ESC - Ensino Superior Completo, ESI - Ensino Superior Incompleto, POS - Pós-graduação.

Gráfico 9: escolaridade da mãe⁵

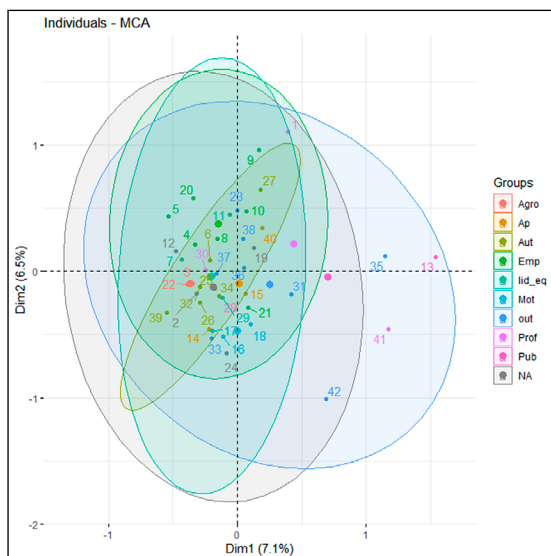


Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Observa-se nas elipses anteriores que os pais que fizeram pós-graduação, ensino superior completo e incompleto correspondem aos indivíduos que fizeram processos de *Trainee* externos, e que se tornaram empreendedores nos negócios de família, fizeram pós-graduação e se tornaram professores do ensino superior ou passaram em concursos públicos. Outro fator determinante está relacionado a profissão dos pais dos egressos, como podemos verificar a seguir:

⁵ Legenda gráfica: EFI - Ensino Fundamental Incompleto, EMC - Ensino Médio Completo, EMI – Incompleto Ensino Médio, ESC - Ensino Superior Completo, ESI - Ensino Superior Incompleto, POS - Pós-graduação.

Gráfico 10: profissão dos pais⁶



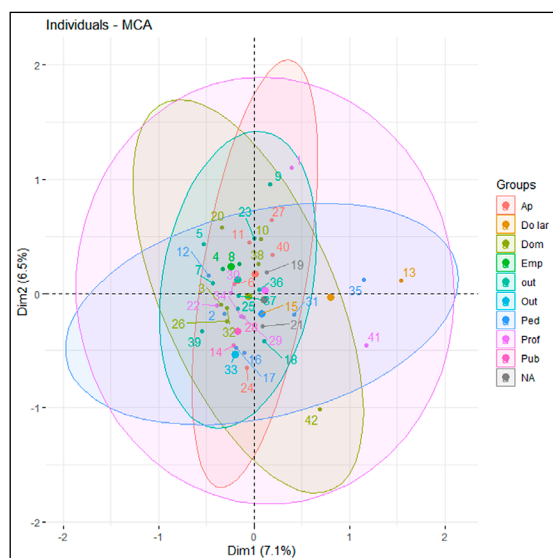
Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Como podemos observar na elipse o termo “emp” = empreendedor, relaciona-se a maior parte dos estudantes que passaram a empreender. Os mesmos em grande parte seguiram a profissão e os negócios dos pais. Já o termo “aut” autônomo é correspondente a atividades de trabalho mais precárias e/ou informais, correlacionando-se mais com egressos que entraram em empresas multinacionais da região e estão progredindo na carreira internamente, de maneira mais lenta que os *Trainees* e empreendedores de negócios da família.

A seguir podemos observar a elipse relacionada as profissões das mães:

⁶ Legenda gráfica: Agro - (agrobussiness), ap - (aposentado), aut (autônomo), emp (empresário), lid_eq (líder da equipe), mot (motorista), prof - (professor), pub - (servidor público), na - não respondeu.

Gráfico 11: profissão das mães⁷



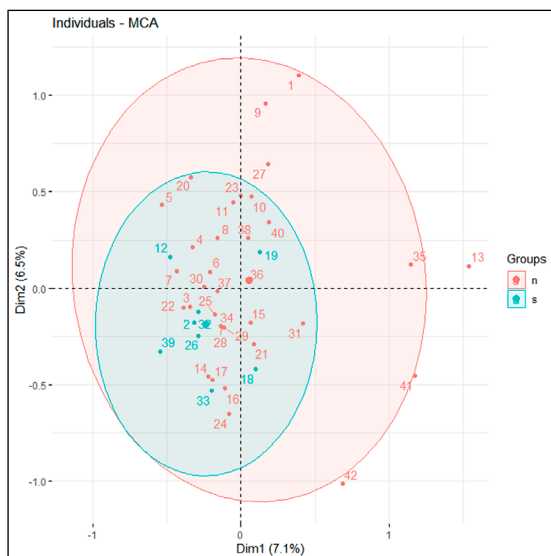
Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

Como podemos notar nas figuras precedentes, os filhos cujos pais eram pedagogos, professores, funcionários públicos e empreendedores conseguiram os melhores postos de trabalho depois de formados. Para refinar essa análise, foram estratificados os cotistas e não cotistas⁸ para averiguarmos suas características, no que diz respeito ao rendimento escolar. A seguir podemos observar a elipse de egressos que foram cotistas:

⁷ Legenda gráfica: AP - (aposentado), do lar (trabalhar em casa), dom, emp (empresário), ped - (pedagogia), prof - (professor), pub - (funcionário público), Na - não respondeu.

⁸ Não usamos as categorias cotistas e não cotistas na UFRB, pois a maior parte dos alunos do centro acessou a universidade por algum tipo de cota (pelo menos 50% dos alunos da instituição entram por cotas) os demais, recebem subsídios para permanências nos cursos citados (65% dos alunos da instituição advinham do ensino básico na rede pública em 2018). Portanto, não conseguimos visualizar uma distinção forte entre eles a partir desta categoria (cotas). (Dados do Censo do Ensino superior, obtidos junto ao INEP).

Gráfico 12: Egressos cotistas e não cotistas⁹



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Software R

De acordo com Peixoto et al. (2016), a discussão sobre o desafio da permanência e sucesso de alunos cotistas durante e após a conclusão do curso é multidimensional, de maior complexidade e requeria uma abordagem mais aprofundada no tema.

Tal aprofundamento é buscado no gráfico 12, na qual foi fixada a variável categórica cotas, para buscar possíveis elementos de distinção entre os egressos. Uma comparação do Índice de Desempenho Acadêmico (IDA) foi feito entre os cotistas (2, 12, 18, 19, 26, 32, 32, 33 e 39) e os não cotistas *trainees* (14, 17, 28, 29, 41 e 42), na qual a exceção foi 26, que era cotista e era o único dentre os cotistas que fora *trainee*.

No grupo de cotistas, a média final do IDA foi de 6,8 ao passo que a média dos não cotistas *trainees* foi de 6,4. Logo, é possível observar que em média o desempenho escolar dos cotistas foi superior. Faz-se necessário pontuar também que duas das cotistas supracitadas se tornaram mães durante a universidade por meio de gravidez não planejada, enfrentando dificuldades adicionais de ordem econômica e familiar. Apenas 2 (28,6 %) dos cotistas fizeram intercâmbio, ao passo que 5 dentre os não cotistas se tornaram *trainees* (83,3%), sendo que 3 destes foram *trainees* em processos seletivos nacionais e 2 foram *trainees* em processos dentro do estado. Nota-se que embora o rendimento escolar de vários cotistas fosse

⁹ Legenda gráfica: cotas: s (sim), n (não).

superior ou próximo dos não cotistas, o capital cultural dos pais e a falta de capital econômico para custear a participação em processos seletivos em grandes cidades acabou restringindo o ingresso e as oportunidades de trabalho para aquela região em que habitavam.

Considerações finais

No caso da UFRB podemos observar que apesar de termos hierarquizado os cursos de maior e menor prestígio, os egressos de maiores capitais culturais e com posições ocupacionais de sucesso se associam no espaço social, logo a separação que tínhamos feito entre profissões de *status* socioeconômico de sucesso e de menor sucesso desaparece. Mesclam-se alunos do grupo 1 e do grupo 2. Dentre os alunos que obtêm maior sucesso profissional estão os alunos brancos e pardos e com mais altos capitais culturais.

Existem dois blocos distintos que segmentam os grupos desfavorecidos. O primeiro diz respeito a uma origem social vinculada a escolaridade fundamental dos pais através da qual se localizam os alunos indígenas e sem opções partidárias. O segundo bloco está associado ao analfabetismo dos pais e avós, a partir dos quais geracionalmente se localizam os alunos\egressos que se declaram pretos\ negros, e que de forma intrigante, integram egressos tanto do grupo de cursos de maior prestígio, como de cursos de baixo prestígio profissional que se encontram desempregados.

Nesse sentido, a origem social dos pais está diretamente relacionada com as características de reprodução social e do *status* (nesse caso ausência de *status*) ocupado por esses alunos\egressos no mercado. Ou seja, independente de se estar num curso de prestígio socioeconômico ou de baixo prestígio, o capital cultural direciona os egressos para ocuparem os melhores cargos (Cinema, Comunicação Social, Gestão Pública Ciências Sociais) e o capital econômico e educacional dos pais direcionaria outros indivíduos para o mesmo destino, como é o caso dos alunos\ egressos do curso de Museologia.

A baixa escolaridade e o baixo capital econômico (baixa origem social) possuem influência na ocupação dos egressos para o desemprego (Museologia, Serviço Social) e para cargos subalternos (História, Publicidade e Propaganda, Gestão Pública). Vale destacar que dentre os indivíduos supracitados estão os alunos indígenas. Observamos uma situação de maior precariedade associada aos pais analfabetos que tendem a direcionar os filhos egressos para situações de desemprego, independente do *status* socioeconômico de seus cursos (História, Gestão Pública, Ciências Sociais, Comunicação Social e Cinema). Vale destacar que esses alunos\ egressos são aqueles que se autodenominam pretos\negros.

Cabe mencionar também que a categoria de maior sucesso profissional ou menor sucesso profissional pode ser ressignificada pelos agentes sociais de acordo com o espaço social e a região ocupada por estes. No presente estudo, observamos que ocupações como as de “professores do ensino básico” para os alunos\egressos do curso de história consistem em uma posição de sucesso, já que este é o objetivo central dos egressos que estão num curso de licenciatura. Em outras situações, cargos públicos comissionados ou privados (instáveis) obtidos através de indicação podem ser vistos pelos próprios agentes como bons cargos, apesar de serem vistos por outros agentes sociais - detentores de cultura legítima- como “bicos”. Para grande parte dos alunos\egressos, sair da situação ou posição em que se encontravam antes da universidade – como filhos de agricultores, camelôs, vendedores de gesso, trabalhadoras de fábricas, mecânicos, bicos, motoristas, serralheiras, secretárias etc. – e conseguirem um *status* ocupacional maior que os anteriormente citados, na maior parte das vezes, é uma forma de se obter sucesso.

No caso da universidade UFGD conseguimos observar o mesmo mecanismo de reprodução que ocorre na UFRB. No entanto, cabe salientar, que os estudantes de cursos de exatas, como é o caso das engenharias, possuem possibilidades e chances mais altas de realizar um processo de reconversão social de destaque, a fim de ocupar cargos mais bem remunerados e de melhor prestígio no mercado de trabalho.

Alguns engenheiros se destacam atuando como *trainees*, se tornam professores, passam em concursos públicos, ou até mesmo, se tornam empreendedores. Os últimos são os indivíduos cujos pais possuem pós-graduação e ensino superior incompleto. Observa-se que, os filhos cujos pais eram pedagogos, professores, funcionários públicos e empreendedores, ocupam postos de trabalho mais prestigiados.

Por outro lado, encontramos egressos que trabalham com seus familiares ou em multinacionais da região em postos mais precários e não saem das cidades em que habitavam. No entanto, observamos os casos não homólogos, cujos pais possuem baixos capitais e cujos filhos conseguem fazer o processo de reconversão. Observa-se que esse fato ocorre devido ao incentivo familiar ou capital familiar que os direciona aos estudos.

Observa-se também no que diz respeito aos cotistas e não cotistas, que os primeiros possuem eventualmente rendimento escolar melhor do que os alunos\egressos *trainees* não cotistas. Todavia, a ausência de capital econômico e cultural familiar, insere por sua vez, esses cotistas em postos de trabalho mais subalternos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. Ana Maria. PEROSA, S. Graziela; LAMANA, Guilherme; MAIA, P. Rafael. *Metamorfoses de uma universidade: os estudantes da USP entre 2000 e 2020*. Tempo Social, v. 36, p. 45, 2024.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, Zouk, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *The logic of practice*. Stanford, Stanford University Press, 1990.
- BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). *Censo da Educação Superior 2018: notas estatísticas*.
- DURKHEIM, Emile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo, Martins Fontes, 1996.
- HEY, Ana Paula. Esboço de uma Sociologia do Campo Acadêmico. Edufscar, ed. 1, 2008.
- HUSSON, François; JOSSE, Julie & Le, SEBASTIAN. FactoMineR: An R Package for Multivariate Analysis. *Journal of Statistical Software*, Tirol, v.25, n.1, p.1-18, 2008.
- KLÜGER, Elisa. Análise de correspondências múltiplas: fundamentos, elaboração e interpretação. *BIB - Revista Brasileira De Informação Bibliográfica Em Ciências Sociais*, v. 86, p.68-97, 2018.
- NOGUEIRA, Maria Alice. O capital cultural e a produção das desigualdades escolares contemporâneas. *Cadernos de pesquisa*, v. 51, p. 1-13, 2021.
- STONE, Lawrence. Prosopografia. *Revista Sociologia & Política*, Curitiba, v.19, n.39, p. 115- 137, 2011.
- GREENACRE, Michael; BLASIUS, Jorg. *Multiple correspondence analysis and related methods*. Boca-Raton, CRC, 2006.
- PEIXOTO, Adriano de Lemos Alves; RIBEIRO, Elisa Maria Barbosa de Amorim; BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt; RAMALHO, Maria Cecilia Koehne. Cotas e desempenho acadêmico na UFBA: um estudo a partir dos coeficientes de rendimento. *Revista da Avaliação da Educação Superior*, Campinas, v. 21, n.2, p. 569-592, 2016.
- PEROSA, Graziela Serroni; LEBARON, Frederic; LEITE, Cristiane Kerches da. O espaço das desigualdades educativas no município de São Paulo. *Pro-Posições*, v. 26, n. 2 (77), p. 99-118, 2015.

GOVERNAR PELO AFETO: EMOÇÕES
E PODER SIMBÓLICO NO DISCURSO
EMPRESARIAL DA REVISTA EXAME

*GOVERNING THROUGH AFFECT: EMOTIONS
AND SYMBOLIC POWER IN THE CORPORATE
DISCOURSE OF EXAME MAGAZINE*

*GOBERNAR A TRAVÉS DEL AFECTO: EMOCIONES
Y PODER SIMBÓLICO EN EL DISCURSO
EMPRESARIAL DE LA REVISTA EXAME*

*Lucas Flôres Vasques**

RESUMO: Este artigo analisa a emergência das emoções no universo empresarial brasileiro, tomando como objeto empírico 148 edições da Revista Exame (1990-2007). Fundamentado na sociologia relacional de Pierre Bourdieu na sociologia configuracional de Norbert Elias. O estudo analisa como as emoções, para além da subjetividade, são orientadas como formas legítimas de distinção e consagração simbólica. A Exame é analisada como instância de consagração social que, ao prescrever estilos emocionais desejáveis, como empatia, autocontrole e entusiasmo, institui uma “etiqueta emocional corporativa”. Para isso, mobilizamos a análise de conteúdo, com uso do software MAXQDA, construindo um dicionário de termos e uma codificação do material compilado. A pesquisa evidencia que a gestão emocional se converte em gramática moral, estruturando as hierarquias no universo empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Capital simbólico. Dominação simbólica. Emoções. Gestão empresarial. Pierre Bourdieu. Norbert Elias. Revista Exame. Etiqueta emocional. Sociologia econômica. Liderança empresarial.

* Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestre em Ciências Sociais (UNESP). Pesquisador-bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) desde 2016 (TT1, IC, MS e DR). Pesquisador no NESPOM (Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Emoções, Sociedade, Poder, Organização e Mercado). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1124-8506>. E-mail: lucas.vasques@unesp.br.

ABSTRACT: *This article examines the emergence of emotions in the Brazilian corporate world, using as its empirical corpus 148 issues of Revista Exame (1990-2007). Grounded in Pierre Bourdieu's relational sociology and Norbert Elias's configurational sociology, the study analyzes how emoticons, beyond subjectivity, are oriented as legitimate forms of distinction and symbolic consecration. Exame is approached as an instance of social consecration that, by prescribing desirable emotional styles such as empathy, self-control, and enthusiasm, institutes a "corporate emotional etiquette." To this end, we employ content analysis with the MAXQDA software, constructing a dictionary of terms and coding the compiled material. The research shows that emotional management becomes a moral grammar that structures hierarchies in the business field.*

KEYWORDS: *Symbolic capital. Symbolic domination. Emotions. Corporate management. Pierre Bourdieu. Norbert Elias. Revista Exame. Emotional etiquette. Economic sociology. Corporate leadership.*

RESUMEN: *Este artículo analiza la emergencia de las emociones en el universo empresarial brasileño, tomando como corpus empírico 148 ediciones de la Revista Exame (1990–2007). Con base en la sociología relacional de Pierre Bourdieu y en la sociología configuracional de Norbert Elias, el estudio examina cómo las emociones, más allá de la subjetividad, se orientan como formas legítimas de distinción y consagración simbólica. Exame se aborda como una instancia de consagración social que, al prescribir estilos emocionales deseables, como empatía, autocontrol y entusiasmo, instituye una "etiqueta emocional corporativa". Para ello, empleamos análisis de contenido con el software MAXQDA, construyendo un diccionario de términos y una codificación del material recopilado. La investigación muestra que la gestión emocional se convierte en una gramática moral que estructura las jerarquías en el campo empresarial.*

PALABRAS CLAVE: *Capital simbólico. Dominación simbólica. Emociones. Gestión empresarial. Pierre Bourdieu. Norbert Elias. Revista Exame. Etiqueta emocional. Sociología económica. Liderazgo empresarial.*

Introdução

Nas últimas décadas, testemunha-se a crescente valorização da subjetividade nas esferas empresariais, fenômeno que desloca as fronteiras historicamente construídas entre razão instrumental e expressão afetiva nas práticas organizacionais (Vasques, 2022; Vasques, Jardim, 2021; Jardim, Vasques, 2019). Longe de serem percebidas como perturbações irracionais do cálculo utilitário, as emoções vêm sendo reconvertidas em formas legítimas de valorização simbólica, atuando como disposições distintivas no interior do universo corporativo. Este artigo analisa essa

transformação: a emergência das emoções como princípio estruturante de hierarquias e classificações sociais no universo empresarial brasileiro, com especial atenção às formas simbólicas de sua veiculação e regulação pelo jornalismo econômico, aqui representado pela Revista Exame.

Parte-se do pressuposto de que a emocionalidade, longe de expressar uma interioridade subjetiva autêntica, deve ser compreendida como construção social e política, normativamente orientada e performativamente produzida (Vasques, 2022). Quando integradas aos discursos gerenciais, as emoções assumem uma morfologia da subjetivação, legitimando esquemas de dominação e naturalizando critérios de consagração ajustados a disposições historicamente incorporadas de classe, gênero e autoridade. Nesse sentido, as emoções não apenas são sentidas: elas são socialmente ensinadas, codificadas, orientadas e valorizadas de maneira diferencial, conforme matrizes simbólicas que instituem o que pode, deve ou não ser sentido, e por quem.

Inspirando-se na teoria do processo civilizador de Norbert Elias (2011) e na sociologia relacional de Pierre Bourdieu (1979, 1983, 2007a, 2013), este trabalho busca analisar como os discursos emocionais disseminados pela Exame constituem autênticas “gramáticas morais”, orientando a formação de etiquetas compatíveis com os imperativos normativos do universo da gestão. Elias (2011) contribui ao elucidar a função civilizadora da etiqueta nos modos de regulação afetiva, enquanto Bourdieu (1979, 1983, 2007a, 2013) fornece o instrumental analítico para compreender a lógica dos capitais simbólicos, as disputas classificatórias e a performatividade dos *habitus* como operadores de distinção. Acrescentam-se ainda as contribuições de Mary Douglas (1986), sobretudo sua reflexão sobre sistemas classificatórios e pureza simbólica, e de Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), no tocante à mobilização da subjetividade no “novo espírito do capitalismo”.

Nesse horizonte teórico, a Exame é concebida como instância de consagração simbólica, cuja atuação excede a dimensão informacional para assumir funções pedagógicas e disciplinares: prescreve modelos afetivos de conduta profissional e institui, por meio da mediatização de sensibilidades, uma etiqueta emocional empresarial. As emoções, aqui, não são apreendidas como expressões privadas da psique, mas como formas socialmente reguladas de sentir e agir, sancionadas por sua aderência às normas implícitas da racionalidade organizacional.

Ao propor uma sociologia das emoções ancorada na teoria da dominação simbólica, o artigo investiga como a Exame participa na construção de um *ethos* emocional corporativo, no qual competências afetivas, como empatia, entusiasmo, resiliência e autocontrole, operam como capitais simbólicos altamente valorizados. Em jogo está não apenas a conformação de subjetividades ajustadas à nova moralidade empresarial, mas a própria produção de hierarquias legítimas no interior do universo da gestão, fundadas na aptidão para mobilizar as emoções exigidas pelo jogo.

Metodologicamente, a pesquisa apoia-se na análise de conteúdo conforme sistematizada por Laurence Bardin (2000). O corpus empírico compreende 148 edições impressas da Revista Exame, publicadas entre 1990 e 2007, intervalo anterior à transformação simbólica provocada pela crise financeira global de 2008 (Grun, 2010; Jardim, 2013). As edições foram digitalizadas via OCR, e as unidades mínimas de análise foram constituídas pelas reportagens de capa e entrevistas principais. O tratamento dos dados, realizado com o software MAXQDA Analytics Pro 2024 (v.24.2), integrou codificações manuais e automatizadas (Kuckartz; Rädiker, 2019). A partir de um dicionário inicial, aplicou-se o recurso de Smart Autocode; após ciclos de leitura, consolidou-se uma grelha final de categorias, destacadas a seguir.

O recorte empírico permite, assim, apreender um momento de hegemonia simbólica da racionalidade empresarial neoliberal (Dardot, 2016), quando a emoção é ressignificada como virtude gerencial desejável. Conforme observado por Grun (2010) e Jardim (2013), a crise de 2008 redesenhou os contornos da legitimidade, colocando em xeque modelos afetivos até então glorificados. Analisar esse interstício histórico oferece, portanto, uma janela privilegiada para compreender a constituição de disposições emocionais ajustadas aos imperativos morais e simbólicos do capitalismo brasileiro.

Esse recorte permite analisar um momento de transformação da racionalidade empresarial (Dardot; Laval, 2016), no qual a emoção é transformada em um modelo gerencial. Conforme assinalado por Grun (2010) e Jardim (2013), a crise de 2008 redesenha os contornos da legitimidade, tensionando modelos afetivos antes glorificados. Analisar esse movimento histórico fornece, portanto, uma possibilidade privilegiada para objetivar a constituição de disposições emocionais ajustadas aos imperativos morais e simbólicos do capitalismo brasileiro. Por conseguinte, o artigo organiza-se em três movimentos: primeiro, apresenta-se a fundamentação teórica; em seguida, detalha-se o percurso metodológico e a matriz de categorias; por fim, discutem-se os resultados, enfatizando a articulação entre emoções, performatividade e classificações simbólicas no espaço empresarial.

Matriz de categorias e protocolo de codificação

Para tornar explícitos os critérios de classificação adotados e garantir a replicabilidade do percurso analítico, apresenta-se, na Tabela 1, a matriz de categorias utilizada na codificação das passagens da *Revista Exame*. A construção dessa matriz decorre diretamente do referencial teórico mobilizado no trabalho: de um lado, a economia política dos capitais, das lutas classificatórias e do mercado linguístico em Bourdieu (1998), que nos orienta a tratar as emoções como recursos de valorização simbólica e como atos de fala socialmente situados; de outro, a sociologia

configuracional de Elias (2011), que permite apreender a etiqueta como forma de regulação emocional, historicamente incorporada e diferencialmente distribuída. A essas chaves soma-se o enquadramento pragmático dos regimes de justificação, tal como proposto por Boltanski e Thévenot (1991), no qual as ordens de grandeza funcionam como gramáticas de legitimação. Em termos operacionais, a matriz articula dois níveis complementares: um nível de “regimes” (as *cités* mercantil, industrial, inspirada, doméstica, de opinião/renome e de projetos), que explicitam por que e como a excelência é justificada no discurso de negócios; e um nível de marcadores de sensibilidade e forma enunciativa (etiqueta emocional corporativa, metáfora bélica, liderança carismática, empatia/cuidado gerencial, autocontrole/disciplina, resiliência/superação, mercado linguístico/performatividade e gênero e carreira), que indicam de que modo os afetos são prescritos, encenados e convertidos em valor.

Tabela 1: Livro de códigos

Categoria	Definição operacional	Termos do dicionário relacionados
Cité da Opinião (renome midiático)	Justificação por reconhecimento/visibilidade: vozes autorizadas, especialistas e ‘gurus’ cuja autoridade opera como prova.	renome; opinião; mídia; reputação; autoridade; especialista; consultor
Cité Mercantil (lucro/mercado)	Justificação por mercado e resultados contratuais (lucro, clientes, competição).	lucro; mercado; clientes; resultados; dólares; competição; negócio; oportunidade
Cité Industrial (eficácia/métricas)	Justificação por eficiência, técnica, métricas e controle do processo.	eficiência; produtividade; métricas; engenharia; reengenharia; qualidade
Cité Inspirada (carisma/criatividade)	Justificação pela inspiração, carisma e autêntica capacidade de mobilizar.	carisma; inspiração; valores; exemplo; autenticidade; felicidade; legado
Cité Doméstica (hierarquia/família)	Justificação por hierarquia, proximidade e papéis familiares; legítima deferências e autoridade.	família; respeito; fidelidade; tradição; lar; cuidado
Cité Projetos (rede/flexibilidade)	Justificação por flexibilidade, rede, mobilidade, entusiasmo e capacidade de ‘fazer acontecer’.	projetos; iniciativa; rede; flexibilidade; entusiasmo; empregabilidade
Etiqueta emocional corporativa	Código tácito de ‘como sentir e exibir’ afetos legítimos no trabalho (empatia estratégica, entusiasmo comedido, autocontrole).	etiqueta; postura; decoro; emoção; empatia; entusiasmo; autocontrole
Metáfora bélica na gestão	Tradução de repertórios militares (guerra, ataque, disciplina) para o mundo corporativo.	guerra; batalha; ataque; exército; disciplina; vigilância

Categoria	Definição operacional	Termos do dicionário relacionados
Liderança carismática	Autoridade fundada em atuação performativa que mobiliza e consagra.	liderança; carisma; exemplo; mobilização; plateia; impacto
Empatia/cuidado gerencial	Prescrição do ‘saber ouvir’ e do cuidado como competência de coordenação e liderança.	empatia; ouvir; cuidado; escuta; pessoas; equipe
Autocontrole/ Disciplina emocional	Regulação e contenção afetiva como sinal público de competência e legitimidade.	autocontrole; comedimento; equilíbrio; disciplina; vigilância
Resiliência/ superação	Capacidade de suportar pressão e reconfigurar-se após crises, mantendo alinhamento com metas.	resiliência; pressão; crise; superação; antifrágil
Mercado linguístico/ Performatividade	Discursos cuja força deriva da posição do locutor e do reconhecimento do público; atos de fala que instituem a realidade.	discurso; autoridade; performatividade; reconhecimento; doxa
Gênero & carreira (barreiras e méritos)	Codificação diferencial dos afetos e trajetórias por gênero; meritocracia, sacrifícios, dupla jornada.	mulher; maternidade; carreira; sacrifício; mérito; ascensão

Fonte: Dados da pesquisa.

Essa estrutura é coerente com a hipótese central do artigo: a *Exame* opera como instância de consagração simbólica que, ao prescrever estilos emocionais desejáveis, institui uma etiqueta emocional corporativa ajustada aos imperativos do campo empresarial. Por isso, cada excerto empírico recebeu uma categoria primária correspondente ao regime de justificação predominante, e até dois marcadores transversais quando a passagem explicitava códigos afetivos ou emocionais. A opção por um vínculo primário e marcadores auxiliares evita a sobreposição indevida de rótulos e, simultaneamente, preserva a semântica das passagens em que razões de eficácia (industrial), de mercado (mercantil) e de inspiração carismática (inspirada) coexistem com gramáticas afetivas específicas, como empatia, entusiasmo ou autocontrole. Tal desenho permite analisar a homologia entre as ordens de grandeza que legitimam a os estilos emocionais e gerenciais que a revista naturaliza como credenciais de pertencimento, em linha com a noção bourdieusiana (1989) de conversão de disposições sociais em capital simbólico.

Do ponto de vista substantivo, a matriz evidencia três movimentos que atravessam o período analisado e dialogam com as seções seguintes do artigo. Primeiro, observa-se a prevalência das justificações industrial e mercantil na definição do que conta como eficácia e sucesso, o que reforça a leitura de que a gestão emocional se converte em gramática moral quando subordinada a métricas e a resultados.

Segundo, amplia-se o recurso à *cité* inspirada como ponte de legitima  o afetiva, sobretudo em crenças sobre liderança carismática, empatia gerencial, entusiasmo estratégico, resiliência,    tratada como competência distintiva e como signo de autoridade reconhecida no mercado linguístico da revista. Terceiro, consolidam-se marcadores simbólicos que compõem a etiqueta emocional corporativa, organizando quem pode sentir o quê, quando e como: a metáfora bélica disciplina o registro expressivo em contextos de competi  o; a empatia e o “saber ouvir” funcionam como dispositivos de governo das pessoas; o autocontrole reaparece como credencial de maturidade profissional. Em conjunto, esses achados sustentam a proposi  o de que as emo  es, para além de produtos subjetivos, são mobilizadas como capital e operam socialmente nesse espaço.

A Revista Exame como instância de consagra  o simbólica: media  o das emo  es e a domina  o simbólica

A trajetória da *Revista Exame* inscreve-se no longo processo de constitui  o de um campo jornalístico-econ  mico orientado    forma  o simbólica da elite gerencial brasileira (Donadone, 2000). Desde sua funda  o, a revista opera não apenas como veículo de informa  o, mas como instância normativa, incumbida de difundir e consolidar um *habitus* empresarial ajustado às exigências morais e cognitivas do capitalismo gerencial. Criada em 1971 sob a dire  o de Roberto Civita, herdeiro da Editora Abril e imerso na tradi  o editorial estadunidense, a *Exame* emerge como tradu  o local de modelos internacionais de racionalidade econ  mica, notadamente *Fortune* e *Harvard Business Review*, cujos formatos editoriais e conteúdos discursivos são adaptados ao público empresarial brasileiro a partir de 1974, com a estabiliza  o de sua periodicidade e estrutura organizacional.

Desde então, a *Exame* assumiu a fun  o de mediadora cultural da gerência globalizada, operando como vetor privilegiado de difusão de estilos de pensamento, regimes de competência e linguagens afetivas oriundos dos centros hegem  nicos do capitalismo ocidental. A performatividade dessa media  o manifesta-se na apropria  o não apenas de layouts e terminologias da imprensa econ  mica norte-americana, mas, sobretudo, na legitima  o de discursos de autoridades consagradas, Peter Drucker, Tom Peters, Marilyn Loden, cujas interven  es passam a compor um cânone de referência no espaço editorial da revista. Ao citar, referendar e nacionalizar tais vozes, a *Exame* institui-se como órgão de consagra  o simbólica, convertendo-se em instância pedagógica da sensibilidade empresarial.

O efeito estruturante da revista não se limita    transposi  o de modelos exógenos. A *Exame* mobiliza também um repertório de consultores, executivos e especialistas, nacionais e estrangeiros, que atuam como produtores simbólicos

(Bourdieu, 1996), isto é, como agentes legitimadores de disposições afetivas, cognitivas e comportamentais. Figuras como Robert Sutton, Betânia Tanure, Marcelo Mariaca e Luiza Trajano são convocadas como autoridades discursivas cuja função é normatizar as emoções e os estilos de liderança considerados legítimos no interior do universo organizacional. Em lugar de apenas reportar práticas, a revista prescreve afetos, comportamentos e formas de percepção: ela constrói, regula e consagra subjetividades (Souza; Vasques, 2023).

Isso pode ser analisado na reportagem de 30 de agosto de 2006, na qual se destaca a mudança geracional entre os executivos brasileiros. Um estudo conduzido pelas consultorias Integração Psicologia Aplicada e DBM revela que os presidentes de empresas entre 32 e 45 anos são descritos como “obcecados por informações e métricas”, rejeitando a intuição e os fatores emocionais na tomada de decisão. Segundo o psicólogo Simão Reis, “ao contrário da geração anterior, executivos dessa faixa de idade pouco valorizam a intuição e os fatores emocionais no momento de decisão”, o que marca uma inflexão na sensibilidade empresarial: a emoção é suspensão ou reconfigurada como dado instrumentalizado, reforçando a naturalização de disposições técnicas como superiores (Exame, 30/08/2006, p. 75).

No entanto, a própria Exame também promove, seletivamente, formas específicas de afetividade como recursos performáticos de liderança. Esse é o caso de Luiza Helena Trajano, apresentado na edição de 17 de setembro de 2003. Durante uma palestra com jovens líderes da empresa, a executiva articula repertórios emocionais, como ética, legado espiritual, felicidade e família, com discursos sobre metas, empreendedorismo e sucesso. Em pé, abrindo os braços sem parar e convocando a plateia a se manifestar, ela pergunta: “O que devemos fazer para que o Magazine Luiza venda mais brinquedos neste ano?”. Após ouvir sugestões do público, discute-as e conclui: “Esse é o primeiro ensaio de liderança de cada um de vocês”, incentivando: “tragam toda a equipe para o seu lado, sejam empreendedores, peçam ajuda, ajudem, acreditem em vocês. Nós acreditamos. É por isso que vocês estão aqui hoje” (Exame, 17/09/2003, p. 22). Sua fala é descrita como capaz de “levar a plateia abaixo”. Essa cena é complementada pela apresentação de sua biografia (*ibidem*): aos 53 anos, mãe de três filhos adultos, com sotaque caipira e pouco mais de 1,5 metro de altura, comanda uma empresa com 4000 funcionários, 159 lojas e faturamento de 850 milhões de reais em 2003. Em plena crise econômica, o Magazine Luiza inaugura 50 novas lojas em um ano, num movimento descrito como ousado e excepcional. Aqui, a emoção torna-se recurso estratégico de mobilização, e sua performance consagra a figura da líder carismática cuja autoridade decorre da harmonização entre emoção e técnica.

Outro exemplo expressivo dessa lógica é a figura do coronel Cole Kingseed, apresentada como uma autoridade moral transnacional. A Exame relata (23/04/2007, p. 40) que empresas como *International Paper* e Merrill Lynch chegam a pagar

70 mil dólares por suas palestras, nas quais o militar traduz “lições aprendidas no campo de batalha” para o “mundo dos negócios”. Ao afirmar que “a guerra é a competição em seu estado mais intenso”, Kingseed transforma a experiência bélica em recurso metafórico de gestão. Nesse gesto, o campo empresarial é militarizado discursivamente, e as emoções passam a ser tratadas como elementos de treinamento tático: disciplina, resiliência e vigilância emocional convertem-se em capitais de liderança (Exame, 23/04/2007, p. 40).

Durante os anos 1970 e início dos 1980, a Exame reforça sua função como instância de orientação normativa, oferecendo ao empresariado nacional um léxico moral de enfrentamento simbólico das adversidades. As reportagens e editoriais desse período são estruturadas por narrativas de sucesso pessoal, biografias exemplares e soluções performáticas de gestão, que operam como matrizes de emulação. Assim, como já assinalado por Norbert Elias (2011) em relação aos manuais de etiqueta das cortes europeias, também aqui se assiste à produção sistemática de um saber prático orientado à autogestão emocional como imperativo civilizatório.

Ao explorar a interioridade dos sujeitos, dando visibilidade às confissões emocionais, às vulnerabilidades estratégicas e aos “bastidores afetivos” da tomada de decisão, a revista transforma a emoção em espetáculo codificado, convertendo-a em critério de consagração. A gestão emocional do executivo não é apenas um traço de personalidade, mas um signo dotado de valor de mercado: sinaliza autocontrole, empatia, liderança carismática ou resiliência. Como argumenta Mary Douglas (1998), toda convenção simbólica exige um trabalho constante de reafirmação e legitimação; nesse sentido, a Exame atua como repositório e amplificador das convenções afetivas do universo empresarial, transformando emoções em atributos performáticos e operando como manual tácito de etiqueta gerencial.

As vozes de seus agentes não apenas informam, mas produzem efeitos performativos, pois consagram modelos de ação e codificam emoções. Cada narrativa veiculada funciona como uma encenação autorizada do que deve ser sentido, como deve ser dito e quem pode dizê-lo. Como enfatiza Bourdieu (1998) a força do discurso não reside em suas palavras isoladas, mas em sua inserção em estruturas sociais de reconhecimento e em habitus previamente ajustados às categorias de percepção e apreciação dominantes.

A difusão dessas narrativas contribui, ademais, para o que Powell e DiMaggio (1983) denominam de *isomorfismo mimético*: a tendência à homogeneização das formas organizacionais em contextos de incerteza, por meio da imitação de modelos legitimados. A *Revista Exame* opera, nesse registro, como mecanismo privilegiado de mimetismo simbólico. Ao apresentar casos exemplares de sucesso e personagens de liderança, ela fornece não apenas informações, mas roteiros de ação e esquemas de disposição emocional que passam a ser internalizados como expectativas normativas pelos leitores. A imitação, nesse sentido, não se limita ao plano técnico da

gestão, mas incide sobre as formas legítimas de sentir, narrar a si mesmo e construir a própria autoridade moral.

Essa dinâmica evidencia o papel da revista como operador de dominação simbólica: um agente de classificação legítima cujas representações contribuem para naturalizar disposições sociais particulares como universais. A mediação das emoções, sua tradução em atributos de liderança, transforma o universo empresarial em espaço de luta por reconhecimento emocional, no qual o capital simbólico adquire densidade emocional e se converte em critério de hierarquização.

A eficácia da Exame como veículo de consagração simbólica, por fim, repousa sobre sua capacidade de fazer ressoar disposições pré-existentes em seu público-alvo. Conforme Bourdieu (1983), toda profecia performativa exige um universo social de expectativas compatíveis com aquilo que é enunciado. As narrativas de sucesso emocional, portanto, só adquirem valor quando ancoradas em estruturas sociais que reconhecem tais performances como legítimas. Ao prescrever modelos de sujeito emocionalmente regulado e gerido, a Exame orienta não apenas o agir, mas o sentir e o dos agentes no universo empresarial, instituindo, assim, as fronteiras da sensibilidade legítima.

Etiqueta emocional e o processo civilizador corporativo na gestão das emoções

A reflexão de Norbert Elias sobre os processos civilizatórios oferece um arcabouço teórico indispensável para compreender o funcionamento da etiqueta como regulação social e diferenciação hierárquica. Em *O Processo Civilizador* (2011), Elias demonstra que as normas codificadas nos manuais de etiqueta das cortes europeias não se limitavam a disciplinar a convivência aristocrática: elas constituíam uma gramática incorporada de distinção, na qual o controle dos gestos, das palavras e, sobretudo, dos afetos, funcionava como operador prático de hierarquização. A etiqueta, nesse sentido, não era mera formalidade, mas um dispositivo de dominação simbólica inscrito nos corpos e emoções dos agentes, cuja observância assegurava o reconhecimento e a permanência no interior de um espaço social altamente codificado.

No contexto da corte de Luís XIV, como sublinha Elias, o prestígio e a ascensão dos cortesãos não dependiam exclusivamente de títulos nobiliárquicos ou méritos militares, mas da capacidade de aderir aos padrões minuciosos de comportamento prescritos pela gramática cortesã. Cada gesto, cada expressão emocional, cada forma de deferência era investida de sentido classificatório. A contenção afetiva, aprendida, praticada e performada, tornava-se critério distintivo por excelência. A

mínima falha no autodomínio não era apenas um deslize moral, mas um atentado à própria identidade social, punido com o descrédito, o riso ou a exclusão simbólica.

Essa lógica, quando transposta ao universo empresarial contemporâneo, revela surpreendentes homologias estruturais. O espaço corporativo, longe de constituir arena neutra e racional guiada exclusivamente por cálculos instrumentais, configura-se como universo simbólico de disputas por reconhecimento e consagração. Assim como nas cortes absolutistas, o mundo dos negócios é atravessado por códigos tácitos de conduta e sensibilidade, que regulam os limites do aceitável e estabelecem critérios legítimos de expressão emocional. Nesse cenário, a *Revista Exame* assume papel análogo ao da corte enquanto instância de centralização simbólica: ela seleciona, legitima e consagra modelos emocionais de conduta.

A revista não apenas narra trajetórias de líderes “inspiradores” e reproduz as emoções dos executivos bem-sucedidos; ela também prescreve normas de conduta afetiva como requisitos de excelência profissional. Ao afirmar, por exemplo, que “é preciso admitir que as pessoas têm emoção. E que devem ter o direito de expressar sua emoção no ambiente de trabalho” (*Exame*, 14/04/2004, p. 15), a publicação não incentiva uma liberação indiscriminada dos afetos, mas sim a incorporação seletiva e performada de determinadas disposições emocionais. A emoção legítima não é qualquer expressão, mas aquela que contribui para o compromisso com o projeto corporativo, “só pessoas maiores, autônomas e, portanto, independentes vão se comprometer com um projeto”.

Como aponta Elias (2011), os códigos de etiqueta exigem não apenas adesão superficial, mas a incorporação de esquemas de sublimação. A lógica da deferência e do decoro não se impõe exclusivamente por coerção externa, mas por mecanismos internos de autovigilância e autodomínio afetivo. Romper com esses códigos significa expor-se à perda de status, enquanto aderir a eles, mesmo a contragosto, é condição para permanecer socialmente reconhecido. No mundo corporativo, as disposições emocionais valorizadas, empatia estratégica, entusiasmo comedido, resiliência silenciosa, operam como atributos distintivos que distinguem o líder visionário do profissional “emocionalmente inadequado” ou bárbaro.

A revista (*Exame*, 30/07/1997) reforça esse *ethos* ao destacar mudanças no modelo de gestão: “Companhias de todo o mundo vêm tentando livrar-se do modelo de gestão parecido com o dos quartéis. O que elas buscam hoje é a flexibilidade, chefes menos autoritários, capazes de ouvir sugestões e críticas de cada funcionário” (*Exame*, 30/07/1997, p. 1). Essa transição retórica de um comando rígido para uma gestão sensível às emoções não representa o fim do controle simbólico, mas sua reformulação. As emoções, agora, devem ser demonstradas de forma estratégica, contribuindo para a eficácia organizacional e para a performance pública dos executivos.

A *Revista Exame*, nesse processo, cumpre a função de manual de etiqueta da nova elite gerencial, delimitando o que pode ou não ser sentido, quando e como se deve expressar emoções, e quais disposições afetivas são valorizadas como capital legítimo. Essa codificação midiática das emoções confere à etiqueta emocional um estatuto de capital simbólico, passível de conversão em reconhecimento, prestígio e ascensão nesse universo social. O corpo do executivo, sua entonação vocal, sua postura em situações de crise, suas confissões cuidadosamente editadas de fracasso ou superação, tudo isso passa a compor a performance legítima do habitus emocional empresarial (Vasques; Souza, 2023).

Elias e Dunning (1992) ampliam essa análise ao enfatizar que os padrões de autodomínio não derivam apenas da repressão, mas da aprendizagem histórica de códigos de conduta que moldam a energia afetiva dos sujeitos em conformidade com expectativas sociais. O que muda, ao longo do tempo, são os critérios socialmente definidos do que constitui autocontrole legítimo. A *Exame* capta e atualiza esses critérios, fornecendo uma etiqueta das emoções permitidas e desejáveis no universo corporativo. As emoções, aqui, deixam de ser expressões interiores e passam a operar como signos públicos de competência, equilíbrio e liderança.

Assim, a etiqueta emocional difundida pela *Revista Exame* deve ser compreendida como uma gramática emocional, estruturado por regras morais objetivadas em discursos de sucesso empresarial. Essas gramáticas definem não apenas o que se deve sentir, mas também *como* e *quando* expressar tais sentimentos, e, sobretudo, quem está legitimado a fazê-lo. Como argumenta Bourdieu (1989), os princípios de visão e divisão do mundo social não são neutros: são socialmente situados, historicamente construídos e desigualmente distribuídos. A emoção, enquanto uma etiqueta, nesse sentido, constitui uma forma de distinção simbólica, um marcador sutil que demarca as fronteiras entre aqueles que “sentem certo” e os que falham em aderir às sensibilidades consagradas pelo universo empresarial.

A adesão a essa etiqueta emocional, mediada pela revista, implica a incorporação de disposições emocionais sancionadas, uma gramática afetiva que regula o corpo, a linguagem e a aparência dos sujeitos. É um aprendizado social de longo curso, um processo civilizador em que os afetos são convertidos em performances legítimas no espaço competitivo da gestão. Como enfatiza Elias (2006), a regulação emocional não é instintiva, mas socialmente construída; e sua eficácia reside precisamente na capacidade de os indivíduos naturalizarem essas disposições como se fossem expressão espontânea de sua autenticidade individual.

A partir dessa perspectiva, inscrevemos nossa análise no âmbito da sociologia das emoções, compreendendo as emoções não como fatos psicológicos, mas como formas socialmente reguladas de expressão incorporada, sancionadas por instâncias midiáticas como a *Revista Exame* (autor). Esta, ao operar como circuito de legitimação simbólica, fornece mais do que reportagens sobre o mundo corporativo:

ela entrega um manual de etiqueta das emoções, comportamentos e posturas. Sua função é normatizar a sensibilidade, instituindo aquilo que pode ser sentido, como se deve sentir e quem está autorizado a fazê-lo. Nesse processo, a etiqueta emocional transforma-se em linguagem de pertencimento, instrumento de distinção e poder simbólico.

Entre a Razão e a Sensibilidade: A etiqueta empresarial

A partir da perspectiva sociológica de Pierre Bourdieu (1998) os discursos proferidos em espaços midiáticos legitimados, como a revista Exame, não devem ser tomados como relatos desinteressados de experiências individuais ou confissões espontâneas de sujeitos autônomos. Ao contrário, devem ser lidos como atos de fala socialmente situados, dotados de eficácia simbólica e atravessados por relações de força inscritas nas estruturas do universo empresarial. Como enunciados performativos, essas falas não apenas descrevem o mundo social, elas o produzem, classificam e hierarquizam.

Um caso exemplar dessa lógica encontra-se na edição 801 da revista, datada de 17 de setembro de 2003, sob o título “Razão e Sensibilidade”. Nela, a executiva Luiza Helena Trajano, então presidente do Magazine Luiza, é apresentada como arquétipo de uma liderança contemporânea que articula afetividade e racionalidade. Em um discurso proferido a uma plateia de funcionários, ela mobiliza um léxico composto por termos como “ética”, “família”, “felicidade” e “legado espiritual”, entrelaçados com indicadores técnico-gerenciais, metas de vendas, empreendedorismo e estratégias de liderança. A cena narrada pela Exame funciona como um ritual de consagração simbólica, no qual o carisma e a autoridade da oradora se atualizam por meio da performance afetiva:

“Depois passa a falar de coisas como valores, ética, atitude no trabalho, família, legado espiritual, felicidade, liderança e sucesso. ‘Esse é o primeiro ensaio de liderança de cada um de vocês’, diz. ‘E só há uma forma de ter sucesso: tragam toda a equipe para o seu lado, sejam empreendedores, peçam ajuda, ajudem, acreditem em vocês. Nós acreditamos. É por isso que vocês estão aqui hoje’. A plateia vem abaixo.” (Exame, 17/09/2003, p. 22).

Essa performance encarna, de forma privilegiada, o que Bourdieu (2013) denomina produção do *senso prático*: a interiorização de disposições que orientam a percepção do mundo social e a ação no interior dele. Ao articular emoção e técnica, ética e rentabilidade, espiritualidade e empreendedorismo, a fala de Luiza Helena Trajano ultrapassa sua literalidade: ela institui autoridade, define modelos de

conduta, naturaliza critérios de excelência. É um ato simbólico que, por sua própria enunciação, orienta e performa a realidade social.

Nesse universo específico da mídia de negócios, tais discursos operam como *doxa* (Bourdieu, 2004), isto é, como formas de conhecimento social que escapam à problematização e funcionam como evidências naturais do que é legítimo, eficaz e desejável. Não se trata apenas de refletir um *ethos* empresarial: trata-se de *produzi-lo e reproduzi-lo*, através da orientação de manuais de etiqueta e linguagens morais que informam e orientam os agentes sociais.

A *Revista Exame*, nesse contexto, constitui um mercado simbólico no sentido estrito elaborado por Bourdieu em *A Economia das Trocas Linguísticas* (2008): um espaço em que discursos circulam como bens com valor diferencial, conforme a posição do locutor e a estrutura social de recepção. As falas de executivos, consultores e “gurus” da gestão não valem apenas por seu conteúdo semântico, mas pela autoridade simbólica incorporada por quem as profere, isto é, por sua posição no universo social e pelo prestígio legitimado pela própria revista. Nesse mercado linguístico, a performance discursiva é uma forma de capital: o valor do que se diz está atrelado a quem o diz, e a quais hierarquias sociais garantem sua credibilidade.

O caso de Luiza Helena Trajano ilustra essa lógica com nitidez. Seu discurso só adquire força prescritiva porque ela é reconhecida como uma agente dominante, uma empresária dita bem-sucedida, cujos indicadores de desempenho econômico são reiteradamente enunciados como provas materiais de sua autoridade simbólica. Como registra a *Exame*:

Aos 53 anos, mãe de três filhos adultos, pouco mais de 1,5 metro de altura, sotaque caipira, ela comanda uma empresa com 4.000 funcionários, 159 lojas distribuídas pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso do Sul, com 4 milhões de clientes cadastrados e um faturamento que deve chegar a 850 milhões de reais em 2003. (...) Poucas empresas no Brasil ousaram crescer tanto nos últimos tempos.” (*Exame*, 17/09/2003, p. 22).

Esse reconhecimento midiático, que valoriza sua quantidade de funcionários, lojas, clientes e faturamento, como atributos distintos, não apenas reforça sua figura pública: ele traduz seu capital simbólico em instrumento de consagração moral. Sua fala passa a operar como o que Bourdieu (2008) denomina *força ilocucionária socialmente fundada*, um poder de convocação que não se origina na estrutura gramatical do manual de etiqueta enunciado, mas no reconhecimento social de sua legitimidade.

Esse processo nos permite, também, retomar a crítica de Bourdieu (1989) à linguística estruturalista. Contra a tradição inaugurada por Saussure, que tratava a linguagem como sistema autônomo descolado das condições sociais de enunciação,

Bourdieu propõe que os discursos sejam analisados como práticas situadas, imersas em estruturas desiguais de poder. A palavra, para ele, não é um mero signo: é uma arma simbólica, cujo poder deriva da posição social do locutor e da disposição do público em reconhecê-lo como legítimo: “Prega-se apenas aos convertidos. E o milagre da eficácia simbólica desaparece quando se percebe que a magia das palavras faz funcionar dispositivos, as disposições, previamente montados.” (Bourdieu, 2008, p. 132).

Neste sentido, a *Revista Exame* funciona como uma instância pedagógica de etiqueta, que transforma discursos autorizados em padrões de comportamento. O entusiasmo, a espiritualidade empresarial, o autocontrole e a empatia tornam-se requisitos emocionais performáticos, cuja presença qualifica, e ausência desqualifica, os agentes engajados nesse universo social.

Ao tornar a linguagem empresarial um manual de etiqueta, a *Exame* atualiza um tipo de etiqueta simbólica que não apenas prescreve como agir, mas também como sentir, como narrar a si mesmo e como expressar afetos legítimos. Tal como a etiqueta cortesã descrita por Elias (2011), essa etiqueta emocional empresarial funciona como uma tecnologia de diferenciação simbólica, por meio da qual se atribuem valores, se reconhecem virtudes e se consolidam hierarquias.

Em última instância, a palavra performada por Luiza Trajano (*Exame*, 17/09/2003), especialmente quando veiculada por um meio de consagração como a *Exame*, não apenas representa, mas institui. O gesto emocional, o tom da voz, o conteúdo inspirador, o entrelaçamento entre afeto e técnica, tornam-se gramáticas morais de pertencimento e distinção. Como sustenta Bourdieu (2008, p. 28): “A linguagem pode tudo dizer, tudo representar, tudo expressar nos limites da língua; mas seu poder é o de produzir para a existência, produzindo representações coletivamente reconhecidas e assim realizadas, da existência.”

Assim, a *Exame* opera como manual contemporâneo de etiqueta emocional para o universo empresarial: uma instância de mediação simbólica que notifica os sujeitos sobre o que é moralmente valorizado, emocionalmente esperado e legitimamente performável no universo da gestão. Ao selecionar certos discursos como exemplares, como o de Luiza Helena Trajano, a revista prescreve afetos, comportamentos e disposições, convertendo a linguagem em instrumento de classificação e de dominação simbólica.

Considerações Finais

Este artigo procurou demonstrar que as emoções, longe de constituírem resíduos irracionais ou manifestações espontâneas da interioridade subjetiva, operam como uma gramática moral, disciplinados e instrumentalizados no interior

do universo empresarial. A análise das edições da Revista Exame entre 1990 e 2007 permitiu evidenciar a consolidação de uma etiqueta emocional corporativa, um regime normativo de sensibilidade que organiza a conduta dos agentes, legítima disposições afetivas específicas e estrutura simbolicamente as hierarquias de prestígio no espaço organizacional.

Mobilizando os aportes de Pierre Bourdieu e Norbert Elias, argumentamos que a emocionalidade empresarial não deve ser compreendida como dado natural, mas como uma gramática moral, cuja eficácia simbólica depende de sua inscrição em estruturas de classificação historicamente constituídas. Em tal regime, sentimentos como entusiasmo, autocontrole e empatia são transubstanciados em capital simbólico, seletivamente valorizado conforme a lógica da distinção. A Revista Exame, ao prescrever tais afetos como atributos desejáveis de liderança e profissionalismo, atua como um manual de etiqueta e de consagração, naturalizando disposições e orientando estilos legítimos de presença, fala e emoção.

Essa normatização simbólica das emoções revela a força invisível da dominação simbólica: os sujeitos, ao incorporarem espontaneamente os códigos afetivos legitimados, reproduzem estruturas de exclusão e desigualdade sob a aparência da autenticidade emocional. Tal como analisa Bourdieu (2007b), as estruturas tornam-se estruturantes à medida que se tornam estruturadas nos corpos. O profissional bem-sucedido, nesse cenário, é aquele em que a gestão emocional expressa a sintonia entre o habitus incorporado e as expectativas do universo social engajado. Essa homologia simbólica produz, regula e legitima a figura do “líder carismático” como tipo social, convertendo a emoção em capital, e o afeto em critério de classificação e hierarquização social.

Dessa forma, a principal contribuição deste estudo reside em evidenciar que as emoções, como práticas sociais, são reguladas por gramáticas normativas que operam como discursos de pertencimento e exclusão no universo empresarial. O que se sente, como se sente e quem pode sentir torna-se objeto de regulação simbólica, articulada por dispositivos de socialização afetiva como a mídia de negócios. A Revista Exame, ao produzir e legitimar tais esquemas, funciona como mediador simbólico de, convertendo sentimentos em critérios de consagração moral e profissional por meio de um manual de etiqueta.

Do ponto de vista metodológico, este estudo inscreve-se na tradição relacional da sociologia, articulando a análise de conteúdo a uma análise fundamentada nas relações entre emoção e poder simbólico. Ainda que o recorte empírico, centrado na Revista Exame e no intervalo temporal de 1998 até 2007, imponha limites quanto à generalização dos resultados, acreditamos que a perspectiva aqui proposta oferece subsídios para a ampliação de investigações futuras sobre o universo empresarial.

Ao centralizar as emoções na análise sociológica da dominação simbólica, reafirmamos a necessidade de desnaturalizá-las e tratá-las como práticas social-

mente significantes, atravessadas por estruturas de poder, distinção e dominação. As emoções, longe de serem o avesso da razão instrumental, constituem-se como seu complemento simbólico, operando como uma forma de adesão e diferenciação ao universo social. Nesse sentido, integrar às emoções significa desnudar os mecanismos invisíveis pelos quais os afetos participam da organização e hierarquização do mundo social.

AGRADECIMENTO: Agradeço a FAPESP pelo apoio durante a execução da pesquisa em processo 2019/18706-3.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. **De la justification: les économies de la grandeur**. Paris: Gallimard, 1991.

BOLTANSKI, Luc and Chiapello, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Les trois états du capital culturel. 1979.

BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria na prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **O que falar quer dizer: a economia das trocas linguísticas**. São Paulo: EDUSP, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007a.

BOURDIEU, Pierre. **Meditações pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007b.

BOURDIEU, Pierre. **O Senso Prático**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.

DARDOT, Pierre; Laval, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DONADONE, Júlio. **As revistas de negócios no brasil: um estudo sobre o discurso da eficiência**. Universidade de São Paulo, 2000.

DOUGLAS, Mary. **How institutions think**. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 1986.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

GRUN, Roberto. A crise financeira, a guerra cultural e as transformações do espaço econômico brasileiro em 2009. **Dados**, 2010.

JARDIM, Maria Chaves. A crise financeira de 2008: Os discursos e as estratégias do governo e dos fundos de pensão. **Dados**, 2013.

JARDIM, Maria Chaves. VASQUES, Lucas Flôres. A “boa combinação” entre gênero e sociologia Econômica. *Revista Novos Olhares Sociais*, n 2, 122-149, 2019.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.

KUCKARTZ, Udo; RÄDIKER, Stefan. **Analyzing Qualitative Data with MAXQDA: Text, Audio, and Video**. Cham: Springer International Publishing, 2019.

POWELL, Walter W. ; DiMaggio, Paul J. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, p. 147–160, 1983.

SOUZA, Thais Caetano. VASQUES, Lucas Flôres. A telenovela brasileira em foco: uma análise sobre intimidade, emoção e processos de subjetivação em Pantanal. **Revista EntreRios do Programa de Pós-Graduação em Antropologia**, n 6 (1), p. 111-130, 2023.

VASQUES, Lucas Flôres. JARDIM, Maria Chaves. Emoções e sociologia economia. **Revista Ensaio**, n 18, p. 142-164, 2021.

VASQUES, Lucas Flôres. SOUZA, Thais Caetano. Considerações sobre o corpo em Pierre Bourdieu e Michel Foucault. *Novos Rumos Sociológicos*, n 11, p 29-44, 2023.

VASQUES, Lucas Flôres. **As emoções e sua inserção no espaço empresarial brasileiro através da revista Exame: uma análise em sociologia econômica dos mercados**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2022.

Artigos traduzidos

PRESENTATION: JOURNALISM AND ECONOMICS*

*Antonio José PEDROSO NETO**

*Ana Carolina BICHOFFE***

With this dossier, the journal *Estudos de Sociologia (RES)* presents the first Brazilian dossier on journalism and economics. The international economic sociology literature has recognized and justified the importance of conducting research on the economic discourses of journalists, as norms and knowledge (Swedberg, 2003; Lebaron, 2013). Several works on these discourses are compiled in the book *Les discours de l'économie* (Temmar; Angermüller; Lebaron, 2013). Similarly, several works on the sources of Brazilian economic journalists are compiled in the book *Fontes e vozes no jornalismo econômico* (Pedroso Neto; Nascimento, 2020). However, we have not found a dossier or other books in Brazil or elsewhere that have focused on texts about the press and economics. Articles and book chapters exist, but in a scattered manner. Now, RES, which publishes its articles in Portuguese and English, enters the scene in a nascent circuit, considering the books cited.

The dossier contains two texts with a more epistemological and theoretical focus, based on a strong accumulation of empirical experience, as well as an interview in a similar vein. It also includes six texts that address empirical objects, producing data and detailed analyses. With this presentation, we aim to achieve three objectives: to minimally present the texts in terms of what they can foster in terms of new research, new ways of looking at empirical spaces, or new empirical spaces themselves; and to avoid classifying the research in a strict way, and even less so to anticipate results for the reader—we have included essayistic observations on the texts and the connections between them.

The first text is by Julien Duval. He conducted research on French economic journalism—coverage of social security deficits (Duval, 2000, 2002, 2013) and on economics journalists (Duval, 2000, 2004). In this dossier, he reflects on these experiences: how he constructed his perspective, his fieldwork, the possibilities,

* Doctor of Social Sciences (UFSCAR), <https://orcid.org/0000-0002-6509-527X>, ajpedroso@uol.com.br

** PhD in Sociology (UFSCAR), <https://orcid.org/0000-0001-5830-3379> acbichoffe@gmail.com

and strategies vis-à-vis data sources, the reasons for his engagement in the study of economic journalism at that time—among others, the affirmation of neoliberalism in the world—and his belonging and influences in terms of intellectual grouping*—he took journalism as a field and, in this sense, it is worth checking out an enlightening text on the use of the notion of the field of journalism as a heuristic tool (Duval, 2015).

In a detached synthesis, he explains that his engagement in the study of economic journalism was not so clear at the beginning, but that he was already questioning what the economic journalists' view of economics was and what constraints or incentives led them to develop it. His initial considerations, due to his sensitivity shaped by economic sociology, indicated that the predominant view in economic journalism was that the economy could be isolated from other human activities—social, cultural, political—without problems, contrary to the warnings of economic sociology that the economy cannot be explained solely by economic factors (Polanyi, 1980, 2012; Bourdieu, 2000, 2017; Swedberg, 2004; Steiner, 2006; Granovetter, 2007, 2017).

This separation dictated other distinctions in newspapers: editorials, specializations, sources, citizen and economic agent, etc. And it was due to the subordinate relationship of the field of journalism to the economic field, above all. But this subordination is not so simple, and reading his text will clarify the complexity, the devices, the relationships, and the pre-adapted ways of thinking of some segments of journalists. Here is a point where his texts, in our view, indicate possibilities for postulating and researching similarities and differences with Brazilian journalism, with support from complementary readings (Bourdieu, 1994, 1997; Benson, 2000, 2017; Duval, 2000, 2004) or already carried out on Brazil (Pedroso Neto, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso Neto; Undurraga, 2017; Pedroso Neto; Nascimento, 2020).

Finally, we highlight a point of his ruptures with common sense and with erudite academic and journalistic common sense. Ruptures that, consequently, imply taking as an object of study both journalism and the representations it produces, instead of starting with already current representations. Starting from the notion of the field of journalism (Bourdieu, 1997; Duval, 2004, 2015; Marchetti, 2008) he managed to break with the obligatory or institutionalized problematic.

This problem focuses on the possible—and indeed existing—manipulations and false information that venal, corrupt journalists disseminate in order to satisfy corporate interests—those of the newspaper itself or of advertisers. The focus of this problem assumes that, without such manipulations, economic journalism would be independent, free, moralized, etc. Duval's analyses, especially the longer ones (Duval, 2000, 2004), allow us to see the limits of this view and the possibilities of a perspective anchored in manifest, practiced interindividual relationships, in relation

to a space of relationships that is more difficult to objectify. Following Bourdieu (1996), the relational perspective is the most realistic one. The real is relational (Bourdieu, 1989)—this is the most realistic principle for apprehending individual and collective behaviors. In short, instead of accepting the obligatory problem, he reconstructed its genesis and elaborated its social and political functions. For research in Brazil, it is important to keep this in mind.

The second article is by Thierry Guilbert. He has research and publications on economic discourses (Guilbert, 2011, 2013, 2017) and, based on them, offers an original reflection on the relationship between media and neoliberal discourse. Without ceremony, he presents the hypothesis that the entanglement of neoliberal discourse in mass media is not fortuitous, but constitutive of itself and strategic for itself; in an opportunistic and foreign way, it takes advantage of the symbolic authority of the media and exploits its own disposition to condition social actions and behaviors that it prescribes.

Thus, Guilbert conceives of neoliberal discourse as an ideological discourse that, omnipresent in the media, manages to pass itself off as media discourse, as evidence, as common sense. That is, natural because it presents itself as a discourse of communication and because it presents itself from a vertical conception of communication and democracy—leaders and those led, and communication as a means for the former.

In this sense, the research challenges would be to observe and analyze the constitutive relationships and correlations of media and neoliberal discourse over time and with mutual influences; from the beginning with print media to current social networks, passing through cinema, radio, and television. Each medium has a form of discourse, and the development of each medium is influenced by this form. For example, how much did propaganda, a variant of discourse, favorably influence the spread of cinema, certain genres, films, etc.? And what languages, images, enunciations, and arguments does the discourse mobilize to be present in cinema?

He clearly defines the concepts used—discourse, discourses, media, neoliberalism, etc.—to clarify that a discourse, simply by being present in the media—media as institutions—is already a media discourse with symbolic power. Then, he outlines the genesis of neoliberal discourse in the US, considering three main strands.

On one hand, this discourse originated from the then-nascent notion of public opinion as something to be produced, manufactured for consumption and persuasion—a factory of consent. On the other hand, it originated from a notion of vertical democracy with two types of citizens: the masses, incapable of understanding and directing, and the leaders, those capable of directing business and society. Thus, those who govern must and need to use the media, the means of shaping public opinion, to govern. Finally, neoliberal discourse originated as a reaction and

counter-attack to social advances—progressive governments, their social programs, the existence, and demonstrations of the masses, etc. It frames these advances as dangers, especially because they are associated with the masses, considered incapable and threatening. And its responses are variants of an austerity discourse. In short, directing the masses through communication and in hierarchical forms was the means of safeguarding economic liberalism, which had become quite discredited after 1929.

However, from the beginning of the 20th century to the present day, we have witnessed the emergence of various media and the mutual adaptation of neoliberal discourse and the media. This is an important point that deserves systematic observation. The hypothesis is strong. The use and adaptation by discourse are theoretically viable based on the notion of governability—M. Foucault—that is, how discourse adapts and uses the media to manufacture the acceptability, by so-called public opinion, of programs reacting to the dangers—constitutive of the discourse—existing vis-à-vis the fears of mass emancipation. Therefore, it is much less a proactive discourse and much more a reactive discourse, a vigilant counter-discourse in and with the media as apparatuses of governability.

Finally, and no less importantly, the author makes us aware of the agents. He starts from the principle that the media receive, produce, and, above all, disseminate discourses. To a large extent, their discourses are secondary; they are discourses that receive and disseminate primary discourses. These come from agents in the political sphere, government, financial institutions—especially international ones—, large companies, academics, markets, etc. Here we have a wide range of questions involving symbolic producers. How do the media receive and transform primary discourses? What are the relationships between the agents involved? How and what are the effects of primary discourses on secondary ones? In short, in addition to explaining his most current working hypothesis, the author offers explicit indications of objects and paths for research.

The third article falls within the quadrant of empirical work involving data production and detailed analysis. Allana Meirelles analyzes the tactics of economist-columnists and their editorial investments to understand the diffusion and legitimation of economic *doxa*. Using prosopographical data—university of education, doctorate, teaching experience, work in the public sector, in private companies (national, international, etc.)—she sought to objectify a space of agents who are simultaneously, but in different ways, in the field of power and in the market of opinions on the Brazilian economy and related issues—in the publishing market and in major general newspapers.

Thus, she researched and analyzed different trajectories and their correlations with their differentiated symbolic products; paratexts from 160 books that, to a large

extent, deal with Brazilian history and economic situation in general, with several recurring ramifications.

By scrutinizing the different oppositions between agents—e.g., between economist-columnists, between them and philosopher-columnists, social scientists, journalists, etc.—and their stances—e.g., technical, militant, polemical, communicative, easy to understand, etc.—she goes on to describe and explain the dynamics of their editorial investments – e.g., economic history, economics and its relations with literature and philosophy, investment tips, finance, career, etc.—which is also the dynamic of reproduction, diffusion, and legitimation of deep economic beliefs; the non-explicit beliefs, the economic *doxa*, that they share.

This research delves into the realm of intellectuals connected to the economy and finances of the state and society as a whole. These are intellectuals who do not shy away from the press, as they cannot exist with strength and distinction without it, nor are they preceded by it. The author also opens up the space of the institutions that recognize them, from universities to the Brazilian Academy of Letters, including positions and roles in companies, banks, and government agencies.

Finally, it is a work rich in data about the agents and their correlated symbolic products. A careful reading opens up possibilities for thinking about and proposing new research on an orchestra without an orchestrator—division of labor, hierarchies, dynamics, etc.—that legitimize dominant ways of seeing and prescribing the course of the economy.

In terms of viewing and prescribing the economy, the following text goes to the heart of a very current four-pronged approach to the market of symbolic goods: the State, which forgoes revenue but is the main orchestrator of the market; the sponsoring companies that provide the financial resources—banking, oil, agribusiness, technology sectors; the artists or proponents who provide the symbolic product; and the intermediaries or professional fundraisers—individuals or companies—who connect everyone due to their specific knowledge and social capital.

Rafaela Lopes and Bruno Barreiros examined articles from the *Folha de S. Paulo* newspaper as an empirical space to observe the market for incentivized cultural sponsorships—structured around financial and symbolic exchanges. They conduct a diachronic analysis—2013 to 2023—of the shifts in discursive trends that characterized controversies and disputes surrounding the Rouanet Law, and a variant of its applications: Rock in Rio.

After presenting the institutions and the genesis of the Brazilian market for incentivized cultural sponsorships, the text describes how the symbolic assets sought by sponsors have changed over time—from cultural marketing to sustainability—given the strength of these sponsors in interactions within the four pillars. On the other hand, the use and social representations of the use of financial assets by proponents – with less power in the relationships—have also changed; they

have shifted from conflictual relationships to alliances with intermediaries and the media company—with power in the public presentation of discourses and their transformations over time. The relationships and social transformations of the market are not simple. The text outlines some inflection points and the related negotiations, concessions, and impositions.

Although indirectly, analyzing the *corpus* of material is a way to understand the political orientations and discursive trends related to the Rouanet Law, especially those of social groups located in higher social conditions. One of the constants in the newspaper was the defense of the Law as a means of promoting projects without a commercial character, while at the same time publicizing projects of a commercial nature aimed at groups with high purchasing power. Reasons and explanations for this apparent contradiction? The authors explore this.

Another revelation of the research was the emergence of a conservative discursive trend that associated the Law with improprieties in its application: projects and artists with market potential, already established; and projects of more private and particular interest or nature than public, etc. This trend was prominent in the newspaper at first—around 2018—largely echoing the discursive motto of the then president of the republic—the rhetoric of cronyism.

Alongside and following this period of hostility towards the Law from the center of political power, the newspaper quickly changed direction, caught other winds, and began to defend both the Law and the sponsorship market format. However, the new direction was based on new foundations, that is, from a perspective of legitimation that mobilizes the discursive trend of sustainability and the creative economy.

Finally, by researching and explaining the various discursive trends of the newspaper in relation to the four pillars of the market for incentivized cultural sponsorships, the research is also, to a large extent, a work on the active role of journalism in the construction, dynamics, and changes of these markets—a contribution with seminal characteristics.

Following this work, which presents moments of contestation, acceptance, and support from the press regarding the institutional relations of various agents in a market—various moments of symbolic struggles—we have Nicolás Chuchco's text on indicators of institutional quality and governance, particularly of states, as disseminated in the neighboring press; the Argentine newspaper *La Nación*, notably its data journalism section, *La Nación Data*.

The author starts from the point that these indicators were generated within the realm of public policy experts and analyzes how they migrated to the broader public sphere via the press—for example, a term like governance was practically unknown in 1995, but became *vox populi* in 2017. He analyzes the newspaper *La*

Nación and journalists from other newspapers to observe intentions and political ideology—especially present in editorials.

On the one hand, the research presents the frequency of appearances of articles on governance, its subdivisions—such as public, governmental, etc.—and its distinct spheres—for example, global, regional, local, business, etc. This indicates the plasticity of the notion and what it favors in its dissemination. The dissemination has oscillated between moments of appearance, constancy, and recurrence, year after year, but in a vector of increasing presence in the newspaper. The presence is mainly in reference to the local sphere, that is, Argentina, or rather, the performance of the country or the government.

On the other hand, he also analyzed the frequency of presence of institutional quality indicators—rankings. This presence did not have the same growth trend as that of governance. It was of weaker and more intermittent growth with many fluctuations, somewhat following the political calendar—increases during election periods. However, the constant in this case is the diffusion of rankings and references to them, that is, the acceptance and expansion of the dissemination of their normative frameworks.

Finally, the author observed interviews with journalists and revealed an intentionality in data journalism to push the process forward; it collaborates in the construction of editorials and news items. And an intentionality in the journalists' sources; news agencies, but especially NGOs, since they have access to journalists and have databases that they share with them.

Finally, the study explores the normative action of segments of the press in relation to the State, especially data journalism with links to economic journalism. It was with a normative intention that these segments disseminated the principles or ideological views that became established in public discourse. Here we have yet another work that indicates the State as *the locus* of gravity of the action of the economic press. In this case, the action was based on quantitative principles coming from a segment of society; that is, this social segment had some success in advancing its ways of seeing, judging, and prescribing the economy and the State, via the press. And in Brazil?

Then we have the text of Diego Fraga's research, yet another that ends in the relationship between the press and the executive and legislative branches of the State. He investigated how the main Brazilian general-interest newspapers related to two significant institutional and legislative changes in economic life: the so-called 2017 labor reform and the 2019 pension reform—more broadly, the “A Bridge to the Future” (*Uma Ponte para o Futuro*) regime. The author analyzed the content of the articles and the journalists' sources—as sources of discursive authority.

From the perspective that these newspapers acted as hegemonic apparatuses, their data provide strong statistical evidence. That is, by cross-referencing the

frequency of framing with the frequency of the voices of the sources present in the articles, the author described and presented a final symbolic product that operated in the construction of consensus favorable to the reforms: on the one hand, the naturalization of the need for reforms and, on the other, the demobilization and disqualification of the framing and voices of social resistance.

After a series of works in which the State is the *locus* of the gravity of the press's actions and, in a way, linking other social agents—intellectuals, economists, journalists' sources, etc.—to it in a different way, we have a shift towards the quadrant of business publications, a shift towards the past, to a moment of changes in territorial dynamics due to the beginning of urban expansion and Brazilian industrialization, in its main initial region—Taubaté, SP, near São Paulo.

Mônica Carniello and Moacir dos Santos start from the notion that societies that already have a presence of media consider them influential or constitutive of their development processes and territorial dynamics. In other words, they recognize technical and information networks as transformers of geographic space and as vectors for the diffusion of social values and practices.

However, there are segments of society, and not all have the same access and power over the media. Thus, the authors clarify and utilize a perspective that should be emphasized and considered by researchers: the media also acts as a mediator of the strategic communication of public and private organizations to legitimize their development projects with both internal and external audiences. It is not society as a whole that has the power to expose and establish potential general benefits. It is social segments that, to some extent, drive both particular and general benefits.

The authors analyze a process of development and territorial dynamics that occurred in the wake of industrialization and urbanization during the 1930s and 1940s—particularly Taubaté in the Vale do Paraíba Paulista region. It is worth noting that this took place at a time when coffee farming was declining in prominence and companies from other economic sectors, especially textiles, were establishing themselves.

They analyzed a business newspaper, that is, a company's media outlet that, to a greater or lesser extent, had a particular perspective on industrialization and urbanization—crucial territorial changes—and sought to present itself and these changes as being of general interest. It was a business newspaper, the voice of the entrepreneur, of the nascent industrial business elite who were rising in the economy and politics on the same seesaw as the coffee-growing elite. But it was also a publication aimed at the workers—the nascent working class that also had its own press—and other citizens. And, also, a publication with the participation of union leaders.

Based on the analysis of a *corpus* of texts and images, intentionalities are revealed in the publication: vis-à-vis business figures, especially the owner of the

newspaper company; in relation to the creation and institutionalization of labor laws—a new, structural and controversial phenomenon at that time; and in relation to the marks of the processes, projects, and time of the territorial transformations of the city and its relations with the surrounding cities, with the development of the country, with political affiliations, mainly with the Estado Novo (New State), etc.

The research opens up a space of possibilities for raising questions about current similar publications. This applies not only to their actions related to their companies, but also to the economic, social, cultural, and political dynamics surrounding these companies—their roots—and their reach as more national spaces.

Finally, the section of the dossier on data production and detailed analysis takes another turn, now towards the Brazilian Amazon region. Silvio Candido, Julia Barbosa, and Gustavo Ferratti examine media coverage related to deforestation in the Brazilian Amazon during periods of fluctuating deforestation rates—which fell by as much as 80% between 2004 and 2012—and the corresponding implementation of public policies and private initiatives that contributed to a certain reduction, notably the federal government's Action Plan for the Prevention and Control of Deforestation in the Legal Amazon and private agreements between companies in the soy and livestock production chain with environmental organizations and public authorities.

This is a diachronic study that spanned several government mandates—at all three levels—and various disputes such as the approval of the Forest Code, the Soy Moratorium, disputes with international institutions—Greenpeace, meatpacking companies, etc.—, the intensification of climate negotiations, etc. As an empirical space, it analyzed different media outlets—29 in total—over a long period; two decades. The work identified patterns in publication frequency, most used terms, topic modeling, and highlighted the named entities; people and organizations involved in the disputes.

The results could only be complex. Thus, in the analyses, by indicating the homogenizing and depoliticizing trends in the coverage, they present, side by side, a cartography of agents and organizations present in the articles, which is rich in diversity but unequal in presence; at one extreme are the over-represented governmental institutions and at the other the under-represented social movements, associations, and religious institutions—excellent critical results. The analyses also indicate the concentration of articles in three national generalist newspapers, and the fluctuations in frequency of coverage in different periods.

A key finding of the data analysis is that changes in media production are related to public conflicts between elites. In other words, the journalistic field is able to link social changes, according to the imposing logic of the field itself—the constraints of the pursuit of audience—and reflect decisive disputes that are changes in the hierarchies and power relations between social groups—such as those that

have called into question implicit support for the recurring expansion of agricultural production with deforestation. These changes gain prominence from the analysis of the most and least recurrent topics, their hierarchy; from global political and economic dynamics—the most present—to the topic that addresses the relationship between agricultural production, deforestation, and land exploitation in Brazil—the least present—, passing through others such as government actions against deforestation and deforestation monitoring.

Another strength of the research is that it presents an analysis of the topics by introducing the variable of time. This makes it more nuanced because it mobilizes, presents, and correlates, more precisely, agents, organizations, disputes, advances, and setbacks on issues, implementations, etc. Thus, in general, reading the text allows us to delve into one of the achievements of journalism: presenting the complexities of the relationships between the economic life of the Amazon—an economic life that is necessarily national and international—with institutional and non-institutional politics—equally national and international—and presenting the agents, organizations, and their respective strategies and forces in these relationships—even if the presentations are unequal in terms of frequency. In short, we infer from the study that the press, in a comprehensive manner, achieves heteronomous advances according to the situations of the political, economic, and, in this case, socio-environmental game.

Finally, the dossier includes an interview with Tiago Mata, professor and researcher at University College London (*Department of Science and Technology Studies*), London, England. He has experience in research and has several publications on the relationships between journalism, economics, and economists, particularly economists as public experts.

The interview is a good way to learn about his intellectual trajectory and, especially, a project he coordinated on the role of economic journalism in building an economic public sphere in several countries—*Economics in the Public Sphere: UK, US, France, Brazil, and Argentina since 1945*. It's worth checking out the interview and learning about his research and writings—see the bibliographic references in the interview—as they offer a fertile perspective for studying economic journalists and their output from the perspective of their mutual influences and interactions with their work tools, practices, expertise, and that of other professionals, etc.—through the lens of science and technology studies.

The interview was conducted by Tomás Undurraga, professor and researcher at the Universidad Alberto Hurtado (Department of Sociology), Santiago, Chile. He was a researcher on the project coordinated by Tiago Mata, more specifically the researcher in charge of Brazilian economic journalism. His research is published in several articles—see the bibliographic references for the interview.

In conclusion, this dossier was a collaborative effort. We thank the colleagues who submitted their texts, those who reviewed them, and the entire RES team for their support on several occasions, their professionalism in dealing with the reviewers, and the meticulous work of adjusting, formatting, translating, and publishing the articles. We hope that the texts will clarify any questions readers may have and encourage new research.

REFERENCES

BENSON, R Rodney. La logique du profit dans lesv 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 em 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.

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.

A STRUCTURAL ANALYSIS OF ECONOMIC JOURNALISM

Julien DUVAL*

ABSTRACT: This text revisits sociological research conducted on economic journalism in France around 2000. First, the main conclusions and findings of the research are presented. Second, a reflective review of the perspective that led to these conclusions is offered. While indicating how this perspective owes much to approaches taken by other researchers at the same time, we then set out to characterize this perspective on a theoretical level. We also discuss the methodological choices made during the survey, which reflect both the theoretical orientations of the perspective developed, and the difficulties encountered in researching economic journalism.

KEYWORDS: Economic journalism. Sociology of journalism. Field theory. Worldviews.

In this text, I would like to reflect upon research I conducted on economic journalism in France in the late 1990s and early 2000s¹, explaining, in accordance with the purpose of this issue of *Estudos de Sociologia*, the perspective I developed on both theoretical and empirical levels. The fact that the research was carried out more than 20 years ago may not be particularly relevant, as little work has been done in France since then (Guilbert, 2011; Machut, 2019; Castelanelli, 2021), and the main lines of analysis I developed at the time likely remain largely valid today. The political and ideological conjuncture certainly has not changed entirely. The passage of time, however, has allowed me to take a step back and characterize the perspective I had developed on economic journalism. Certain (important) features of this perspective responded to dynamics that transcended my research and into

* PhD in Sociology from the School for Advanced Studies in the Social Sciences (EHESS). National Center for Scientific Research (CNRS), affiliated with the European Center for Sociology and Political Science (CNRS-EHESS-University of Paris 1). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4284-6170>. Email: jduval@msh-paris.fr.

¹ This research was published primarily in French in a book: (Duval, 2004)

which I spontaneously engaged, without conceiving of them as deliberate “biases.” I would probably not have been able to fully articulate them at the time the research was conducted.

My central concern was perhaps not so much to develop a novel perspective on the subject of economic journalism as to explore this seemingly understudied field from a sociological standpoint. When I began this work in the 1990s, very little research existed on economic journalism in France, and, as mentioned, this has not changed considerably. Several hypotheses can be put forward to outline an explanation for this phenomenon. French economists show little interest in economic journalists, undoubtedly because the information they produce or disseminate is considered an intangible good. It is also worth noting that, in the model of perfect competition, the flow of information is assumed to be unimpeded; it therefore does not appear as a “problem” that requires study. Furthermore, economic journalism attracts little interest from sociologists, political scientists, or specialists in the transdisciplinary field known as “information and communication science.” The study of journalism is, in fact, divided among these three disciplines. In the first two disciplines, journalism occupies a somewhat marginal place, each tending to consider it the domain of the other. Political scientists tend to view journalists as having relatively secondary power compared to that wielded by parliamentarians or senior civil servants—who are supposedly in considerable “control” over journalists—and therefore consider them a lower priority for study. Few sociologists, for their part, are interested in journalism. A primary focus of sociology remains undoubtedly the popular classes, the problems that are framed as “social problems” in public debate. Sociologists interested in elites remain few and tend to concentrate on business leaders or the wealthy. Similarly, journalism occupies a peripheral place in the “sociology of culture.” Overall, it is little studied and when it is, researchers are hardly interested, including in information and communication sciences, in economic journalism which probably seems to them a little off-putting (and less attractive than, for example, political journalism).

It took a particular set of circumstances for me to become interested in it. The conjuncture at the end of the 1990s certainly played a role in triggering my research and shaping its form. The collapse of the Soviet Union in Europe, the idea that “capitalism had won” or that “there was no alternative,” and the rise of neoliberalism, symbolized by the accession to power in the early 1980s of Ronald Reagan and Margaret Thatcher at the helm of two major powers, made people acutely aware of how the economy was treated and discussed in the media. The development that economic journalism had undergone in France since the 1980s attracted attention. It was sometimes perceived as a kind of conversion to Anglo-Saxon journalism. The media, in general, prompted critical reflection because the way information was handled was undergoing rapid changes, with the emergence of private television

channels (which only appeared in France in 1984) and soon after, the first 24-hour news channels. Furthermore,—and I will return to this point—my interest in economic journalism is not unrelated to the fact that, at least in the research center where I was working, a new interest was emerging, on the one hand, in the media and, on the other hand, in economic sociology.

I will attempt to outline the perspective I have developed on economic journalism, bearing in mind that, for reasons I have already mentioned, I did not formulate it beforehand and was not fully aware of it while working. Certain aspects of my research resulted from automatic processes or developments occurring around me. For this reason, I will begin by discussing this perspective through the analyses it generated. Secondly, I will attempt to characterize it in terms of theoretical orientation and research methods; I will also discuss some difficulties encountered during the research, which also resulted from the perspective I adopted.

An analysis of economic journalism in France

I could summarize my research by saying that it consisted, on the one hand, of questioning the vision of the economy that was given in the French media at the time of my research and, on the other hand, of relating this vision to different types of constraints that were exerted on economic journalism.

The journalistic vision of the economy

The first strand of the research consisted of demonstrating that journalistic coverage of the economy adheres to a number of principles which, while subject to some exceptions, have very general validity. Indeed, despite a few atypical cases—but marginal within the journalistic field—such as, for example, the daily newspaper *L'Humanité*, long considered “the organ of the French Communist Party,” *At the time of the survey, economic journalism exhibited a high degree of homogeneity among the media outlets that occupied the most dominant positions in the journalistic world, due to their wide audience and/or the authority they enjoyed (they were widely read in other (economic) newsrooms and regularly cited by their colleagues).* A list of media outlets meeting one or both of these criteria could be outlined: major television networks and radio stations (TF1, France 2, France Inter, Europe 1, RTL, France Info), major general-interest newspapers (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Express*, among others).

In these media outlets, the daily coverage of the economy reflects a worldview that, while seemingly self-evident (it has become very familiar to us), remains quite

particular. It rests, for example, on the assumption that “the economy” can be isolated without harm from the rest of human activity. We are thus accustomed to the existence of media outlets, pages, and journalists who, specializing in economics, cover “economic news,” and only that. “The economy” (or more precisely, what the media call economics), however, is far from being a self-contained field. As sociologists regularly remind us, data commonly considered “economic” cannot be explained solely by “economic” factors. A price, for example, does not result only from the economic relationship between supply and demand; its formation also involves the beliefs and tastes of social groups, fashion trends, and political power dynamics. Applied to journalistic discourse, this observation implies, for example, that a reader wishing to fully understand the price of oil and its fluctuations would be well advised not to limit their reading to the “economic” pages, but to also consult the “international” pages.

Considered a distinct field in the media, “the economy” is, in particular, almost always separated from “social issues.” Around 2000, there were hardly any major media outlets in France that, like *Le Monde* in the 1970s, had an “economic and social” section and juxtaposed, for example, the coverage of the demands underlying a strike with an analysis of the economic situation. With rare exceptions, the media separated “economics” and “social issues.” The same newspaper could thus comment, in its economics section, on the strategy of a company eliminating jobs and, in its “social” section (which was, incidentally, much smaller than the former in terms of space), discuss “unemployment” and its “human” consequences. This separation is in contradiction with many economic schools of thought that integrate “the economic” and “the social”: the demonstration is quite obvious to socialism and Keynesianism, but even political leaders openly claiming to be economic liberals regularly take the trouble to specify that their recommendations are not only beneficial for “the economy”, but also “from a social point of view”.

The separation of “economics” and “social issues” dictates a series of distinctions in newspapers: for example, that of “real estate” (considered to fall under the economic sphere, encompassing price fluctuations, market conditions, purchasing opportunities, and even potential capital gains) and “housing” (deemed to belong to the social or political sections). If a reader wishing to understand certain major economic phenomena (such as the price of oil and its fluctuations) or to gain a political perspective on economic and social life cannot be satisfied by the economic pages of daily newspapers alone, it is because they are asking these pages to fulfill an objective that is increasingly foreign to them. In the past, an educational or political objective may have motivated the economic sections of major newspapers, such as *Le Monde* in the 1970s, but also, to some extent, a specialized magazine like *L'Expansion*. Journalists then, more so than today,

turned to figures like academics, trade unionists, or elected officials who offered a scholarly or political perspective on the economy. These objectives may have persisted into the 1990s, but they were relegated to the background (at *Le Monde*, for example, in a weekly supplement). With a few exceptions, the primary goal of the economic press (its pages or sections) is less to inform the general public than to provide economic actors with information deemed useful in their business activities. In this respect, the success of economic sections during the 1980s and 1990s was symbolic: they proliferated on the radio and appeared in newspapers where they had not previously existed (*Libération*), but they remained almost always geared towards savers and business leaders.

To a very significant extent, economic journalism consists of providing information to economic agents: decision-makers, business executives, savers, or (particularly in the more general-interest media) ordinary consumers. Financial publications often practice advice journalism. In the 1990s, notably following the success of the monthly magazine *Capital*, practical questions (“Where should you invest your money?”, “Which companies offer the best pay?”, “Real estate: Should you buy?”) gained prominence in the French business press, to the detriment of general questions of macroeconomics or economic policy. Economic journalism tended to adopt and normalize an economic agent’s perspective. For example, it embraced the rational cynicism of business leaders when, faced with a layoff plan, it simply questioned whether it represented a sound decision given the company’s market position. Its incursions into areas or institutions that could not be reduced to purely economic issues showed, for their part, that it defined itself primarily by a reductive point of view; it was not uncommon, during these incursions, for journalists to reduce, for example, health or education issues to cost considerations or an activity like publishing to questions of turnover and bestsellers.

To summarize these points, I relied on a remark by sociologist Michael Schudson, who observed the following about the American media:

On the front page, journalists answer the reader’s question, “What happened in the world today that I need to know *as a citizen*, a member of a community, a country, the world?” In the business pages, journalists presuppose readers who ask, “What happened in the world today that I need to know *as a shareholder* to protect or improve my financial interests?” (Schudson, 1996, p. 14, our translation).

Similar, though slightly different, ways of summarizing the first part of the research could be to say that economic journalism, as it is practiced today in France, most often presents a view of the economic world based on principles aligned with the liberalism that currently dominates the political sphere. Economic journalism sometimes conveys an explicit ideological discourse, but more often, according to

a distinction made by Pierre Bourdieu², it is a discourse *doxic* in nature. And this *doxa* is linked to categories, to a worldview that is specific to the economic field.

Every field, insofar as it is organized around its own particular issues (considered central even though they are secondary, or even completely ignored, in other social spaces), is indeed accompanied by its own unique worldview.

Journalism's dependence on the economic field

But the adoption of such a perspective, which is more that of an “economic agent” than a citizen or a scholar, is not the result of a choice made by economic journalists. Rather, it seems dictated by journalism's strong dependence on the economic world. This subordination, a source of constraints for journalists, has intensified in recent times.

Economic journalism is, in a sense, immersed in the economic world. First, it is almost always practiced within the framework of private companies, moreover, owned at least in part by capitalist groups. This characteristic is not new, but it has largely intensified in France since the 1980s. On television, the emergence of private channels has reduced the role of the state. Capitalist groups have also acquired significant ownership stakes in newspapers that, in the early 1980s, were still conceived as “journalist-run businesses” (*Libération* or *Le Monde*). More generally, a restructuring movement in the print media has limited the influence of groups whose sole business is journalism. Media outlets are now often owned by groups for whom journalism is not their primary activity. These groups are therefore less inclined than those whose sole business is journalism to view “information” as a specific economic commodity. Furthermore, their interests, invested in different sectors, were all the more likely to conflict with the information covered in the business sections. Major media outlets are not only often owned by capitalist groups, but they also derive a vital portion of their advertising revenue from similar groups. Finally, the sources of business journalists are, very often, the executives of large companies (or their communications departments). The practice of business journalism thus appears inseparable from a series of exchanges with economic powers.

This fact, of course, does not escape journalists, but those who generally speak about their profession very often argue that this collaboration has no major effect on the coverage of economic news: it is generally considered “neutral” and “objective.” Examples illustrate this argument. It can happen that a news outlet publishes information unfavorable to the interests of one of its owners or a major advertiser. Similarly, many journalists report that, in specific circumstances, their

² See for example (Bourdieu, 2015 and 2016).

newsroom has covered a sensitive subject “freely,” even at the risk of engaging in a “showdown” with a shareholder or losing a significant advertising budget. These anecdotes, which flatter professional honor, obscure the counter-examples, the existence of which is just as proven (and which some newspapers may make public by dedicating an article to the pressure or censorship allegedly suffered by a colleague).

But these counter-examples are not the only objections to the thesis of the “freedom” and “neutrality” of economic journalism. These pressures and censorship are, in fact, only one manifestation of a multifaceted dependence. Sources, for example, have personal interactions with economic journalists but generally do not have direct power over them. They are, however, regularly tempted to acquire such power by creating relationships of obligation (gifts offered to journalists or excessive courtesy are, as we know, two strategies regularly used by private companies). In their dealings with sources, economic journalists are less “free” than a superficial glance might suggest, and in these relationships, which are often long-term (as is the case for columnists), an unthinking use of “freedom” can have unfortunate consequences (the journalist becomes cut off from their source). Relationships with owners and advertisers are different. In large media companies, journalists have no personal contact with these groups, which nevertheless wield considerable power over them. But, most of the time, this power is exercised invisibly, without taking the form of a reprimand, through mechanisms of self-censorship, through “corporate spirit,” or simply through the reluctance to perform an act destined to appear “ungrateful.” This system of dependence excludes not only topics directly affecting the particular interests of shareholders, advertisers, or the most vital sources from journalistic coverage, but also questions and issues. Among other examples, in the early 2000s, there was a tendency to cultivate an idealized view of the “corporate world,” as seen in the frequent hostility toward the civil service. Economic journalists are caught up in the “economy” they discuss; they cannot address it with the neutrality of external observers.

Dependence on the economic sphere also extends to “the public.” Journalists often, somewhat hastily, see this as a virtuous constraint: while serving the interests of advertisers is widely condemned within the profession, the desire to satisfy the expectations of the “reader” is, on the contrary, highly valued. The “reader” is not an abstract individual. In the press and specialized economic sections, they primarily take the form of business leaders or executives in private companies. This is not solely due to the fact that information “consumers” are drawn, for the most part—even for general-interest media such as radio or television—from the most privileged social groups; it also stems from the media’s dependence on the advertising market. To attract advertisers, the media have a vested interest in having among their readership the clients most sought after by advertisers, namely, people

with high purchasing power or executives who have influence, in *companies* or administrations, over collective purchases.

In the advertising market, “readers” are not (only) “citizens” equals. The same is true in media outlets that, for their profits or at least their survival, depend in part on this market. In the business press, some titles are notoriously “advertising traps”: they do not owe their existence to a journalistic project; the “editorial content” serves only to attract a readership highly prized by advertisers and, consequently, advertising revenue. Without being quite so cynical, the design of the business pages in general-interest or political newspapers is not entirely unrelated to these considerations. The development of business pages in certain major dailies in the 1980s reflects the increasing proportion of the most economically privileged social groups (the “CSP+”) in their readership. As for broadcast media, the channels, and stations dedicated to business news owe their existence, of course, to the value of their audience on the advertising market.

The development of “economic journalism” is linked to the growing desire to attract what are called “executives” in France, economic agents particularly prized by advertisers. The major Parisian press had certainly always targeted a socially privileged readership. In 1945, for example, the founders of *Le Monde* wanted to address the “executives of French society.” But these did not coincide with the population of “executives” among whom contemporary media seek to increase their “penetration.” The meaning attributed to the term “executive” in the world of journalism seems indeed to have changed. *Le Monde* targeted a readership largely linked to the state and the civil service; the professorial image it long had (and cultivated) referred to an audience composed, at least in part, of academics and teachers. In the 1990s, the executive seems to have been defined primarily by their purchasing power. He is no longer portrayed as a high-ranking civil servant but as a private sector employee with significant purchasing power and a certain degree of decision-making power in his company.

Under these conditions, the imperative to “serve the reader” reinforced journalism’s dependence on the economic world. The “reader” to be served belongs to a population that largely benefits from the existing economic system and is therefore inclined to approve (or even demand) an idealized view of “the economy.” Since corporate subscriptions constitute, for many specialized publications, a means of increasing their circulation and penetration rate in the demographics most sought after by advertisers, the dissemination of a critical economic perspective in this type of press seems unlikely: what company, indeed, would subscribe its executives to a periodical that, in every issue, highlights the darker aspects of capitalism?

Economic journalists, therefore, have far less “freedom” than they seem to realize. This is because the constraints exerted upon them are largely imperceptible. This assertion is not paradoxical: why would individuals who, by virtue of their

background and social experience, are inherently subject to an (objective) constraint perceive it as “constraining”? If many economic journalists have a sense of “freedom,” it is undoubtedly because they are pre-adapted, by their social characteristics, to the constraints imposed upon them. Their experience predisposes them to adopt an economic perspective on the world. Indeed, the information gathered regarding the origins and social trajectories of current economic journalists suggests that a significant proportion of them come from the economic bourgeoisie and attended the same higher education programs that produce executives in large companies: business schools, higher education programs more oriented towards practical application (management or finance), and financial economics departments within institutes of political studies. It seems, for example, that while in previous generations some economic journalists had been teachers or had pursued higher education programs that offered a more theoretical or broader approach to “economics” (for example, through social sciences), this type of profile is now rare. The fact that many business journalists feel they practice their profession “with freedom” is therefore not contradictory to the existence of objective constraints: the social mechanisms that lead an individual to join a business newsroom, and to remain there long-term, tend to exclude those least suited to the tacit expectations of business journalists. That these expectations partially contradict traditional definitions of journalism seems confirmed by the distrust inspired, in some business newsrooms (particularly in the financial press), by recent graduates from journalism schools and by the difficulty these same schools have in establishing business journalism programs. Adapted to a demand for expertise from media companies, these programs struggle, in fact, to attract aspiring journalists.

Overall, the journalistic world is heavily dependent on the economic sphere. This structural dependence is, for economic journalism, a powerful incentive to convey an economic vision of the world, aligned with the liberalism that is currently dominant.

Characterization of a research perspective

I would now like to try to characterize retrospectively, in theoretical and methodological terms, the perspective that I implemented in my research, but taking into account that this perspective does not result only from “choices” but also from research dynamics common to small research groups to which I was linked, and from difficulties that the research may have encountered.

Methodological questions

I probably wouldn’t have devoted my doctoral thesis to economic journalism, and certainly wouldn’t have done it in this way, if it hadn’t been for a movement

within the research center where I was doing my thesis that aimed to develop research in the sociology of journalism. Two key figures were Pierre Bourdieu and Patrick Champagne. This was the era when Bourdieu was beginning to publish texts on journalism. In 1994, he dedicated an issue of his journal to journalism, notably in collaboration with Patrick Champagne. He personally published a text, “The Grip of Journalism,” which, in some respects, extended his earlier interest in the intellectual field and the role that journalism plays within it³. A member of his research group, Patrick Champagne had long been interested in the media, but, working for a research organization linked to agronomy, he had primarily published on farmers in the 1970s and 1980s. Since the 1980s and his work on the media coverage of farmers’ protests, he gradually returned to his initial interest in the media (Marchetti, 2024). Bourdieu emphasized in his article the growing “grip” that journalism exerted in many social spheres. Patrick Champagne put forward another argument for studying journalism: the media play a central role today in the construction of representations that pre-exist scientific work; the implementation of Durkheim’s imperative to “discard preconceptions” would therefore lead us today to take journalism and the representations it produces as an object of analysis (Champagne, 1989).

The work that Bourdieu and Champagne initiated or advocated in the 1990s implemented the concept of field in the analysis of journalism. “The Influence of Journalism” was, from this perspective, a continuation of the texts Bourdieu devoted from the late 1970s onward to a series of fields (business, religion, literature, law, etc.). In it, as well as in an article by Champagne and Dominique Marchetti in the same issue, he undertook an analysis of the structure of the journalistic field in France (Champagne, Marchetti, 1994). My work on economic journalism was part of this collective dynamic. There was no program or concerted plan. The work was carried out quite autonomously, but, for example, a working group existed around Champagne and Marchetti. We met perhaps once a month and, depending on the session, we presented works, readings (including works in English little known in France) or conducted sorts of group interviews with journalists on how they worked (I used some of these interviews in my work on economic journalism).

The collective perspective that was thus developed (and therefore the one that permeated my research) could be described as “Bourdieuian,” but this term has drawbacks. The initiators of this dynamic would not have used the term, and the members of the aforementioned working group did not have a uniform relationship to Bourdieu (some, for example, drew heavily, and almost as much as from Bourdieu himself, on the American interactionist sociology that was being imported into France at the time). While several participants applied research methods and issues

³ See in particular (Duval, 2016).

developed since the 1960s in Bourdieu's research group to the study of journalism, the group was undoubtedly defined primarily by the project of developing a sociology of journalism, which seemed to be lagging behind in France (compared to the situation in the United States), and of breaking with a tradition of study based on content analysis. The aim was not to ignore journalistic output, but to recognize that it did not necessarily contain its own explanatory principles. Implicitly, a working hypothesis was as follows: the working conditions of journalists, the structural constraints they face, and the specific characteristics of the social world in which they operate all contribute to understanding why they produce certain representations rather than others.

My work on economic journalism owes much to another collective dynamic, this one concerning economic sociology. This field seemed to be experiencing a revival in the 1990s: while the "founders" of sociology (Karl Marx, Max Weber, Émile Durkheim, and some of his students like François Simiand) gave significant importance to economics, sociology (at least in France) in the decades following the Second World War had tended to retreat to its own specific subjects (work, school, religion, etc.) and leave economic matters to economists. In the 1990s, France began to import some of the key figures of the "renewal of economic sociology" in the United States (for example, Mark Granovetter, then Harrison White, Viviana Zelizer, etc.).

The Centre for European Sociology (CSE) contributed in a certain way to this evolution. Economics had very early on sparked Pierre Bourdieu's interest, beginning with his research in Algeria (where he notably studied the introduction of capitalist logic into a traditional society) and later with his research in France on bank credit and employers. But the context of the 1990s, marked by the rise of neoliberalism, seemed to reinforce Bourdieu's interest in economics: he published, for example, in his journal and in the book series he edited, significantly more works on economics and economists (Viviana Zelizer, Neil Fligstein, Maria Rita Loureiro, Frédéric Lebaron, etc.)⁴, and in 2000 published *The Social Structures of the Economy**. A working group on economics had also been formed at the CSE, notably around Frédéric Lebaron, Odile Henry, and Marie-France Garcia. Bernard Convert and Johan Heilbron (2005) analyzed the driving forces behind the renewal of economic sociology in the United States; they notably invoked the ideological and political context of the time and the reconfigurations between the disciplines of sociology and economics. On this latter point, one factor in France was the arrival of sociologists with dual training in sociology and economics. I was one of them. My interest in economic journalism, and the perspective I adopted, was influenced by this general trend. As I mentioned, economic journalism was experiencing a particular development. The interest in this professional category, which does not

⁴ On Bourdieu and economics, see in particular (Garcia-Parpet, 2014).

strictly produce material goods but rather symbolic goods—information and analyses—was in fact part of the interest that sociologists can take in beliefs, “opinion facts,” “ideologies,” symbolic phenomena, and the concern to highlight a dimension of economic life that economists generally neglect.

The research perspective I deployed has an important empirical dimension. As suggested *above*, it was in solidarity with breaks with the primacy often given, in media analysis, to content analysis (while analyzing articles or broadcasts, I wanted to gather other materials, other types of data) and with the very “deductive” approaches of economic science (sociologists have long argued that their approach is more “positive”, more attentive to facts, than those that dominate in economic science (Simiand, 2006)).

I wasn’t aware of it at the time, but I realized later, while working with colleagues on the history of the Centre for European Sociology (CSE), that an important component of the research style that emerged at the CSE was to “use every available resource” [Anonymized reference]. At the suggestion of those around me at the CSE, and because I had probably unconsciously internalized this style, particularly through reading articles in the journal **Actes de la recherche en sciences sociales** (the journal edited by Pierre Bourdieu), I collected everything that could be related to economic journalism and that constituted existing material: books by journalists, reports on economic information, radio, or television programs featuring interviews with journalists, trade publications on the media, subscription campaigns for newspapers and magazines, etc.

The investigation also involved studying articles and broadcasts. Given the number of media outlets covering economics, this output was, of course, impossible to gather and fully analyze on the scale of a single research project. This difficulty is unavoidable when working on journalism. Two ways to circumvent it are to work extensively on a corpus of press material, studying a few specific features, or, conversely, to analyze a very specific corpus more intensively. I tried to implement both approaches to the best of my ability. On the one hand, I collected front pages of daily newspapers and business pages over a three-month period, I gathered 100 covers of a monthly business magazine, I examined several issues of the leading French business daily, *Les Échos*, and I analyzed the covers of 100 issues of a business magazine. On the other hand, I conducted case studies that allowed me to work with manageable empirical material that could be analyzed in depth. Previously, I had worked on the media coverage of the “social security deficit,” and I began a monograph on a television program dedicated to economics (I was notably conducting an in-depth analysis of about ten episodes, both in terms of content and form). I also tried to read the business press or the economics pages of newspapers as I happened to come across them during my personal reading or visits to public

libraries. All these avenues, of course, proved fruitless (for example, I didn't manage to get much out of studying the front pages).

Interviews with journalists (or their sources) are another research technique. I conducted only a limited number of them due to obstacles I encountered. Lacking recommendations within the business journalism community and my own experience, I struggled to conduct long and in-depth interviews. Business journalists undoubtedly have less affinity with sociologists than other types of journalists. Furthermore, the novice sociologist finds themselves in a subordinate position vis-à-vis them. It is not always easy to get them to express anything other than generalities (about the media, the economy, etc.). Some interviews were also disappointing because the interviewees, who were fairly well-known, stuck to anecdotes or analyses they had written in books or shared in press interviews.

More fruitful interviews were conducted with journalists who were somewhat marginal within the field under study and viewed critically. These included retired journalists reserved about recent developments in the profession, or journalists who had worked for newspapers or business sections but were waiting for a position more aligned with their aspirations. Some of these interviews were so rich in detail that publishing certain excerpts posed a problem because some of the people or situations discussed would have been recognizable. Despite my precautions, one interviewee was unhappy with some of the quotes I had included from his remarks. After discussion, he seemed to understand my point of view, but he did specify that he would have expressed himself differently had he anticipated that his comments would be reproduced and read by some of his colleagues. Investigations in the journalistic field must take into account that those being investigated are likely to read social science journals or books (but they read from a perspective that is not exactly a scientific perspective, which can cause difficulties and misunderstandings).

The difficulties encountered in interview-based research can sometimes be partially offset by the fact that journalists constitute a professional category that, more than others, has access to means of expression and, for some, speaks publicly about their professional activities. As mentioned above, I had gathered interviews, testimonies, and books by business journalists. This material was usable and could be cited without difficulty. It has the advantage of representing a "spontaneous" expression and not suffering from the biases that, in an interview, arise from the fact that the sociologist takes the initiative in framing the topics. But this material also has limitations. It comes from specific business journalists (often the most "well-known") and, to some extent, reflects self-presentation strategies. The opinions and information it contains are likely, even more so than statements gathered in private interviews, to be out of step with the reality of their practices.

The difficulties encountered during the interviews partly explain the significant role ultimately given to statistical analysis in the study. Some of the founders

of sociology saw sociology as a⁵ very powerful tool because it allows for the observation of social phenomena from a broad perspective, virtually inaccessible through other methods. With this in mind, I used a professional directory listing business journalists working in the economics departments of major media outlets. Such directories are rare in France. One exists specifically for business journalists because their sources, particularly in large companies, constitute a small but paying readership, which helps to offset the cost of producing this directory (sold at a high price). This directory aims to indicate, for each journalist, their date and place of birth, university degrees, and professional background (both within and, where applicable, outside of journalism). This information is limited and not available for all the journalists surveyed, but with some precautions, it allows for statistical analyses that make it possible to establish a number of facts or developments (on the differences between generations of journalists, the tacit expectations in terms of diplomas for entry into different disciplines) that journalists or observers can express in interviews, but in the form of impressions or hypotheses.

Statistics were also used to construct the space of journalistic enterprises that covered economics [Anonymized reference]. This work was part of an approach that uses correspondence analysis to construct a field, an approach that, since the early 1970s, had been implemented by Bourdieu and researchers inspired by his work on a number of social spaces. This approach had not yet been applied to journalism. Statistical analysis helped me to construct the subspace of journalistic enterprises covering economic news, to identify the major differences (in terms of ownership, economics, target audiences, journalist characteristics, newsroom size and composition, etc.) between these enterprises. It also led me to develop indicators of concepts such as “journalistic capital” and to reflect, very usefully, on how to translate such concepts into empirical tools. The correspondence analysis I proposed has limitations, but it constituted a contribution to an empirical construction of the journalistic field.

The emphasis placed on statistical analysis was undoubtedly a unique aspect of my approach. At the time, few analyses of journalism in France employed statistical techniques (beyond highly descriptive studies of the heterogeneous population of holders of the professional journalist identity card). This statistical perspective was likely easier to implement in economic journalism than in other segments of the journalistic profession. While its contribution can be highlighted *in retrospect*, it was, in fact, due to contingent factors: the disappointments experienced during the initial interviews, as well as the funding framework for this research (which placed me in a position where I had to utilize statistical techniques).

⁵ For further developments on this point, see in particular (Duval, 2024).

On theoretical aspects

It remains to address the more theoretical aspects of my approach. This stemmed from “field theory.” I have already mentioned how my work, in this respect, fits into a more collective research dynamic. I undertook to consider the structural constraints that weigh on economic journalism, the relationship that binds it to the economic field it reports on. Economic journalism enjoys a degree of autonomy from the economic world, but this autonomy remains quite limited and is not enough to reverse the structural dependence of economic journalism. This relationship is manifested in the structure of the field, which statistical analysis helped to bring to light: economic journalism is a differentiated universe, but the companies that have the most influence within it, those with the greatest capacity to produce information and those most frequently cited by other media outlets, have rather limited autonomy (they often depend on large groups and have an audience that often occupies positions of power in the economic field); The most independent companies in the economic world are weak in this microcosm and have a very limited capacity to produce information.

My perspective was to analyze economic journalism as a field that itself needed to be understood in relation to the interactions between the journalistic and economic fields. By employing the concept of field and tools such as statistics, I sought to offer a perspective on economic journalism that differed from the perspective it projects of itself. As mentioned *above*, the journalistic profession is unique in that it has easy access to means of public expression. It belongs to the professional groups that possess the resources and means to control the representations of itself in the media. Under these circumstances, one might argue that social science research on this profession is only valuable if it succeeds in producing an analysis distinct from those already offered by the professionals themselves.

The perspective I have developed aims to break with what I have called a “required problematic” in economic journalism, a viewpoint to which journalists (and even historians) often subscribe. This problematic focuses on the falsified information that venal or corrupt journalists circulate to serve particular economic interests (those of a shareholder, a company, etc.). It leads to the assumption that, in the absence of such “manipulations,” economic journalism is “independent,” “free,” “moralized,” and so on. I have extensively discussed the limitations of this view in my analysis. By focusing on the relationship journalists maintain with those who own or finance their companies, it prevents us, for example, from seeing that the relationship between journalistic companies and their audience can also generate forms of “dependence.” It also seems to me to underestimate the somewhat structural interest that the economic world has in influencing journalistic work and the representations that the media present of it. Attempts at interference are inevitable, and it’s reasonable to assume that any obstacle placed in the way of one form of interference tends to provoke other,

more subtle, less imperceptible forms of interference that circumvent the obstacle. I thus suggested that the development of communication strategies in large companies was a way for them to continue influencing journalistic output without resorting to older methods that were stigmatized (or even condemned by law).

The shift, the “conversion of perspective” that I proposed, consisted of viewing past, traditional, and overt forms of interference as particular cases of fundamentally multifaceted interference. Structural dependence (which, as I showed, has nevertheless varied in intensity over time in France) does not only take the form of explicit pressures manifesting in interactions. Inspired by Bourdieu’s field analysis, my perspective consisted of shifting attention from interpersonal relations that have a physical manifestation to a “space of relations” which, “although invisible and always difficult to manifest empirically, [...] is the most real reality [...] and the real principle of the behavior of individuals and groups” (Bourdieu, 1994, p. 53). My analysis consisted of replacing a vision that focuses on individuals, presumed to possess varying degrees of moral sense and considered to be acting freely as soon as they feel they are, with a vision that focuses on the fields and structures within which interpersonal relationships are embedded. In this respect, it seems to me that this perspective leads to a shift from an analysis marked by a kind of interactionism to a structural analysis.

However, it must be emphasized that, within the framework of sociological analysis, the established problem mentioned above is not merely a “preconception” to be dismissed. It also corresponds to a vision shared by many the actors being studied. It must therefore be taken as an object of study. I have thus attempted to reconstruct the history of this problem by showing how it became established in the political debate in France during the interwar period. I have also tried to demonstrate its social and political functions and attribute its success to its ambiguity: it can appear relatively consensual because it can be mobilized by very different political actors. It can be used, in particular, both by groups engaged in the critique of capitalism and the denunciation of the “venality of the bourgeois press,” an expression used between the two world wars, and by forces more inclined, on the contrary, towards liberalism, who advocated for a “modern” capitalism or for a “moral” or “transparent” capitalism free from its “excesses.” Sociology must construct itself against the established problematic and take into account that this problematic is internalized by social agents, and first and foremost by journalists. The established problematic is also a way of thinking that the agents studied have internalized and that creates effects. This observation led me to question the professional ideology of journalists and the notions of “independence” and “freedom of the press.” Something seemingly trivial has only recently become established: these notions that journalists use as a matter of course, and often journalism analysts following them, are issues of struggle: everyone agrees that journalism must be independent, but there is no agreement on the definition of this independence.

I have thus attempted to describe here the perspective I implemented in research conducted in France in the late 1990s and early 2000s. It seems to me that it would still be fruitful in contemporary France. Of course, it remains to be seen whether it would also be so in other national contexts.

REFERENCES

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.

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 diferísse 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.

REFLECTIONS ON NEOLIBERAL DISCOURSE IN THE MEDIA: AN ENTANGLEMENT IN THE SERVICE OF AUSTERITY

Thierry GUILBERT*

ABSTRACT: This article engages in a fresh perspective on the relationship between neoliberal discourse and the dominant media. It first examines what the media are and do — the effects they have on our behaviour — before recalling how, historically, media propaganda and vertical democracy are intertwined. Drawing on specific theoretical and historical elements, it then demonstrates how neoliberal discourse is a discourse of reaction and counterattack against social progress: it is, fundamentally, a discourse of austerity. The mobilization of Foucauldian governmentality finally allows to show how neoliberal discourse uses and adapts to the dominant media to “manufacture” public opinion acceptability of austerity programs with the ultimate goal of “legally ensuring the sustainability of austerity policies.” The media are thus, in a way, “specific apparatuses” of neoliberal governmentality.

KEYWORDS: Propaganda. Lippmann. Governmentality. Evidence. Manufacture Of Consent

“The effect of narration or *writing* carries with it a certain quantum of action, which can be massively multiplied in the field” (Faye, 2003, p. 67, emphasis in original).

Given that the entanglement of neoliberal discourse in mass media has been documented for decades¹, I hypothesize in this chapter that this media entanglement is not accidental but constitutive of neoliberal discourse. This entanglement is strategic: it allows neoliberal discourse to benefit from the symbolic authority of the media and to exploit its capacity to shape public behavior.

* Senior Lecturer Emeritus. University of Picardy Jules Verne/CURAPP-ESS (UMR CNRS 7319). <https://orcid.org/0000-0001-6806-4500>. th.guilbert@wanadoo.fr.

¹ Many authors have demonstrated this (even if the term *neoliberal* is not always used), to take a few examples from works that will be used below: Pierre Bourdieu, Julien Duval, Gilles Dostaler, Jerry Mander, Pauline Perrenot, Loïc Wacquant, Shoshana Zuboff to take some works used below. I will also refer to my own works and among these, implicitly, to T. Guilbert, 2007 and to T. Guilbert, 2011, translated and published by UNICAMP: T. Guilbert, 2020a.

The terms *neoliberal discourse* and (*mass* or *mainstream*) *media* will be defined below. It is important to clarify beforehand that this hypothesis did not stem from a pre-existing opinion. On the contrary, it arose from my reading and work on neoliberal discourse. In the late 1990s, analyzing the refraction of neoliberal discourse in mass media seemed self-evident. The link between neoliberal discourse and the media appeared to me to be additional, that is to say, both opportunistic—the former using the latter’s dissemination capabilities—and adventitious—as if added on, not “naturally” part of it. It is this additional character in its adventitious component—the opportunistic aspect being undeniable, as we shall see—that I question, because it constitutes a blind spot in my analyses of this discourse. Thus, the nature of this relationship no longer seems to me to be a simple coincidence; the hypothesis I am putting forward here is therefore that the omnipresence of neoliberal discourse in the mass media is not accidental but constitutive.

This hypothesis has a dual dimension, both historical and communicational: if this ideological discourse is so evidently effective², it is because it has been, from its origins, a discourse of communication—with a vertical conception of communication and democracy, as we shall see—and because, for decades, it has been disseminated in and by the majority of major media outlets—and from there, into all sectors of society—to such an extent that this very entanglement seems self-evident³. The discursive self-evidence of neoliberal ideological discourse, which presents itself as “common sense,” is thus combined with a communicational self-evidence. This is the blind spot: this omnipresence—ubiquity and entanglement—this communication strategy in and by the *mainstream media* goes unnoticed; it presents itself as natural. However, if we accept that this entanglement of neoliberal discourse in *mainstream* media is not accidental or contingent, then it seems to be the sign of a “constitutive correlation” yet to be determined.

As this hypothesis is the subject of ongoing research, I will limit myself here to supporting it, that is, to offering some points for consideration and laying down some historical and theoretical groundwork showing how neoliberal discourse shapes public opinion in and through the media. I will begin by defining the terms that comprise this hypothesis.

Discourse and media(s)

It is important to define the terms used in order to specify the referents to which they refer as well as their effects on our lives and our behavior.

² I am referring to Louis Althusser (1976). This is what I call discursive evidence in my own work, for example: T. Guilbert, 2007.

³ These two obvious points combine with a third: “We have difficulty seeing the media for the simple reason that they are made not to be seen.” (Citton, 2017, p. 25). I will return to this point later.

Discourse is a complex concept; its meaning here differs significantly from its everyday usage (speech, public speaking, etc.). Here, *discourse* has two meanings: it is both a verbal *action* (written or oral) producing effects of meaning in a given situation *and* a set of verbal productions sharing common characteristics. These characteristics can be overt when they originate from a specific institution or implicit when they reflect a more or less diffuse ideological stance. Thus, *media discourse* encompasses all verbal productions emanating from media institutions (press, audio-visual media, social media, digital media), and *neoliberal discourse* encompasses all positions sharing traits of neoliberal ideology—a term I will return to later.

The *media*, with its Latin typography (*medium* in the singular) and italics, are extensions of our senses and faculties, and intermediaries between the world and ourselves. As such, they are agents of change and are not neutral. Marshall McLuhan masterfully demonstrated this some sixty years ago: “The effects of a medium on the individual or on society depend *on the change of scale produced by each new technology*, each extension of ourselves, in our lives.” (McLuhan, [1964] 1976, p. 25, emphasis in original). Thus, the effects of *media* do not depend on how they are used—according to a tired utilitarian refrain—it is the very existence of a *medium* that produces effects on our lives. As Jerry Mander notes, new technologies, for example, are media *that* have contributed to the neoliberal globalization of the 1990s:

“All these technologies, all these processes are intrinsic aspects of the globalized economy. However, despite the evidence, we still hesitate to draw the necessary conclusions about the political drift of modern technologies. We cling to the idea that technologies are ‘neutral,’ just as we like to believe that science is ‘objective’ and that everything is a matter of access.” (Mander, 2001, p. 99)

Among the series of questions that the author poses following this observation, I retain two: “How does [this technology] influence our way of learning, what we know and are able to know?” and “How does it reorganize power in society?” (*ibid.*, p. 100). These questions are essential in a world that produces so many technological objects and so many new *media*. About twenty years later, Shoshana Zuboff poses three similar questions about Google and Facebook: today “who knows?”, “who decides?” and “who decides who decides?” (Zuboff, 2020, p. 249-250).

The *media*, using the usual terminology, refers to a subset, or rather a particular form, of *media*. While they also act as intermediaries between reality and ourselves, their very nature—unlike other *media*—is to transmit a representation of reality to us. Journalistic media, for example, select certain facts, transform them into “news,” present them to the public, and their discourse has an impact on individuals and societies.

The utilitarian approach that defines the media as “*everything used to record, transmit, and/or process information, speech, images, and sound*” (Bardini, 2016, cited in Citton, *op. cit.*, p. 31, emphasis added) does not seem entirely satisfactory to me because it implies that media are technological objects. However, television and smartphones are not, in my view, media, but *tools*, technical and technological *devices* that “serve” as communication supports for the media. Smartphones, televisions, and radio receivers are media, extensions of ourselves, but not media: they are supports for the media. I define media not as devices but as technological *systems* enabling the dissemination of mass communication and the circulation of public information from a limited enunciative instance to a larger audience⁴. Thus, these media communication systems are much more than mere tools, as they have the particularity of becoming institutionalized over time: we have seen this with the press, cinema, radio, then television, and finally with digital platforms known as “social networks.” Unlike the *media*, the media are institutions, which grants them a certain discursive authority in the eyes of audiences and users.

Having established this distinction, we can add that if the *media* are *extensions* of ourselves, they are also *environments* in the sense given to them by *mediality*:

“The fact is that our relationship to the world, that is, all the activities and experiences that give us access to the world (and not only those that construct it), is profoundly conditioned by the possibilities for discernment offered by the media, as well as the limitations they impose” (Krämer, 1998, p. 15, *apud* Citton. *op. cit.*, p. 36).

From this perspective, “*the media condition our perceptions, our thoughts, and therefore our actions.*” (CITTON, *op. cit.*, p. 44, emphasis in original). They modify our social relations but also our relationship to time (immediacy), space (ubiquity), and agency (capacity to act⁵). According to Yves Citton, these are “environments of perception.” It is therefore not an exaggeration to argue that the media discourse manipulates us in the sense that it influences our perceptions without our realizing it. The notion of media discourse is essential here, because in communicating, the media produce acts; they act upon us, as the semiologist Éric Landowski observed as early as 1989:

“Media discourse, in its own way, ‘informs’ us. Not, of course, that what it presents to us to read or hear is necessarily and always ‘true,’ but in the sense that reading or listening to it generally shapes *the* way we conceive of, and even experience, our present” (Landowski, 1989, p. 155).

⁴ I gave this definition in T. Guilbert, 2015, p. 83.

⁵ For example, “the ability to act through discourse”, see Marignier (2020).

Advertising and the media

Since the very beginning of mass media in the late 19th and early 20th centuries, the question of media influence on citizens was hotly debated in both the United States and Europe (Mattelart 1992; Charon 2003, p. 12). One of the first media propaganda campaigns targeting the general public was the “invention” of the Cuban War in 1898 by press magnate W.R. Hearst. In response to a message from one of his reporter-illustrators informing him that all was calm on the island of Cuba, he sent back the famous message: “Supply the illustrations, I’ll supply the war.” His press campaign resulted in the United States’ military intervention in Cuba and the film *Fighting with Our Boys in Cuba*.

Another example, important for our discussion, is the creation by President Wilson in 1917, during the First World War, of the *Committee on Public Information* (or the Creel Committee). This government propaganda and censorship agency used hundreds of thousands of public speeches, as well as the press and film, the main mass media of the time, to persuade young men to volunteer for the war⁶ (Mattelart, *op. cit.*, pp. 60-61; ZINN, 2002, pp. 413-414). Two intellectuals, Walter Lippmann and Edwards Bernays, joined the Creel Committee in 1917 and participated in the propaganda campaign.

A few years later, in 1922, the columnist Walter Lippmann, whose influence would prove decisive for neoliberalism (Milanese, 2021; XXXX 2023), coined the expression “the manufacture of consent” in his book *Public Opinion*. This refers to *manufacturing* public opinion like a consumer product, recognizing that it requires a specific skill, a kind of art: “The creation of consent is not a new art. It is a very old art, which is supposed to have disappeared with the advent of democracy” (Lippmann, [1922] 2009, p. 185). Lippmann’s conception of democracy—which has evolved considerably since the 1910s, as Milanese demonstrates—is essential to our discussion. As early as 1922 with *Public Opinion* and then in *The Free City* (1938), he distinguished two types of citizens in modern democracies: the formless “mass,” incapable of understanding global issues, and the *leaders*, those who “are at the helm,” the only ones with the capacity to lead society⁷ (*ibid.*, p. 166). Lippmann therefore advocates a vertical or “directed” democracy, that is to say a form of steering of the “masses” by expert *leaders*.

Creator of “public relations theory” and inspired by Lippmann, Bernays published *Crystallizing Public Opinion* in 1923, followed by *Propaganda: How to Manipulate Public Opinion in a Democracy* in 1928. Here are the opening lines:

⁶ H. Zinn states on page 413: “This committee financed seventy-five thousand speakers who gave seven hundred and fifty thousand speeches in five thousand cities and towns across the United States.”

⁷ For another analysis of this thought, see Stiegler (2019) and Milanese, *op. cit.*

“The conscious, intelligent manipulation of the organized opinions and habits of the masses plays an important role in a democratic society. Those who manipulate this imperceptible social mechanism form an invisible government that truly rules the country.”

We are largely governed by men about whom we know nothing, who shape our minds, forge our tastes, and whisper our ideas in our ear. This is a logical consequence of the organization of our democratic society. This form of cooperation among the majority is a necessity if we are to live together in a well-oiled society. (Bernays [1928] 2007, p. 44)

Bernays played a significant role in the rise of corporate communication, lending his services to corporate conglomerates⁸. His conception of public opinion was very close to Lippmann’s: propaganda must “regiment public opinion exactly as the army regiments the bodies of its soldiers” (quoted by Oreskes & Conway, *op. cit.*, p. 121). The question of “invisible government” has given rise to various hypotheses, notably in the sociology of communication by Harold D. Lasswell and Paul Lazarsfeld⁹ (RIUTORT, 2007; Mattelart, *op. cit.*). Space does not permit a detailed examination, but the important point is that they emphasize this particular conception of democracy in which “spin”—that is, the manipulation of information, the media, and public opinion—has become one of the tools of public policy. Hence the emergence of *spin doctors* (“communication consultants”), *lobbies* (“influencers”) and *think tanks* (“idea labs”) in particular.

Mass propaganda was then considered useful and necessary for democracy, and it was at this time and in this context that neoliberalism and its discourse emerged.

Neoliberalism and neoliberal discourse: an austerity counter-discourse

The term *neoliberal*, with this typography, was coined at the “Walter Lippmann” colloquium in August 1938 in Paris¹⁰. This doctrine arose from the desire to combat the social advances brought about by the New Deal in the United States and the Popular Front in France, following the 1929 crisis and its social con-

⁸ In particular, companies that banded together in the 1920s and 1930s to resist social progress, such as the *National Electric Light Association* or the *American Liberty League*, see Oreskes & Conway, 2023, pp. 118-119. See also the description of his expertise with the *United Fruit Company* in the opening pages of Vargas Llosa’s novel, *Wild Times*, 2021.

⁹ As early as 1927, Harold D. Lasswell studied the effects of media on the public in *Propaganda Technique in the World War*.

¹⁰ The question then became one of naming this new liberalism; the term *neo-liberalism* was proposed by Louis Marlio on August 30th. François Denord considers that the tenets of neo-liberalism were already present a few years earlier in certain writings (Denord, 2016 [2007]).

sequences. In the 1930s, liberals perceived these progressive governments and their social programs as a danger (Oreskes & Conway, *op. cit.*): they saw them as marking a retreat of liberalism¹¹ (Denord, 2016), a kind of “crisis of hegemony”¹². Michel Foucault also noted that danger is inherent to neoliberalism (Foucault, 2004b, p. 66 *ff.*). It then became urgent to adapt the unbridled economic and financial liberalism of the 1920s by anchoring it to the State and putting the latter at the service of the market.

For the liberals of that era, the danger also came from the “masses,” even if the elites’ anxiety regarding the people was not new¹³. In 1895, in *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, Gustave Le Bon presented the peoples emancipated since the revolutions as “mad mobs,” “dangerous classes”: “mass society” produced “automatons whose will was no longer guided” and whom it was urgent to channel “as an engineer controls a torrent.” (Chamayou, *op. cit.*, pp. 84-85). Gabriel Tarde, in *L’opinion et la foule* (1901), considered that the crowd-populace was subject to “criminal suggestion.” (*ibid.*, p. 48).

After the First World War, this anxiety resurfaced in the discourse of Western elites. The people once again became the “mass” or “masses,” and talk turned to “mass culture” and “mass media.” Two distinct groups can nevertheless be identified within these composite movements that opposed the emancipation of the people. (Barbier & Bertho-Lavenir, 1996, pp. 222-223). A first set of criticisms focuses on the people who have access to industrial culture through new media. Here is an example from José Ortega y Gasset’s famous 1926 book, *The Revolt of the Masses* (republished in 2010 by Les Belles Lettres), which was translated at the time into most European languages:

“After endowing [the average man] with all this power, the 19th century abandoned him to his own devices; the average man, following his natural temperament, then withdrew into himself. So that we find ourselves in the presence of a mass stronger than that of any other era, but, unlike the traditional mass, hermetically sealed off from itself, incapable of paying attention to anything or anyone, and believing itself to be self-sufficient – in a word, *unruly*”¹⁴ (Ortega, Gasset, 2010, p. 140, emphasis added by the author).

The second group consists of those who accept mass culture provided it is under the **control** of those in power. The works of Lippmann and Bernays clearly

¹¹ W. Lippmann is very clear on this subject in his work *La Cité libre* (2011 [1938]). For an analysis of his introduction, see T. Guilbert, 2023, *op. cit.*

¹² On the notion of “crisis of hegemony”, see Chamayou, 2018, note 70, p. 287-288.

¹³ In the Ancien Régime, the voice of the people was both feared and rendered invisible, that is to say minimized and rarely officially reported, see Guilhaumou (2008, pp. 55-77).

¹⁴ This work is cited by W. Lippmann, 1938, *op. cit.*, p. 303.

show that they belong to this group. For them, as for Le Bon¹⁵, the people must be guided by enlightened individuals, the *leaders*. It is this conception of vertical democracy that neoliberals like Walter Lippmann, as we have seen, will advocate. Leading the people is a way to safeguard economic liberalism and to guard against “social programs” (Lippmann, 1938, *op. cit.*, Introduction). These social advances are perceived as dangerous; Lippmann, like most of the participants in the Colloquium¹⁶, conflates them with the fascist, Nazi, and Soviet programs of the time.

Since then, the perception of an existential danger by the conservative and neoliberal ruling classes in the United States and Europe has never disappeared. It was a chronic feature throughout the 20th century (Chamayou, *op. cit.*; Oreskes & Conway, *op. cit.*; Rancière, 2005): resignified in the 1930s, after the First World War and the 1929 Crash, it resurfaced in the 1960s-1980s (Chamayou, *op. cit.*, p. 84ff.; Zuboff, *op. cit.*), and was then revived from the 1980s onward. It persists into the beginning of the 21st century after the 2007-2008 crisis. (Laurent, 2020; Chamayou, *op. cit.*, pp. 84-85; Guilbert, 2021) until today (Perrenot, 2023).

We would then benefit from considering neoliberalism not only as the “implementation of a utopia” (Bourdieu, 2001, p. 108) or a “social policy” (Foucault, *op. cit.*, p. 151), but also and above all as a project always ready to reinvent itself for fear of the emancipation of the “masses.” In other words, neoliberal discourse would not be proactive and modern, as it likes to present itself; it would be a form of vigilant counter-discourse: a strategic discourse aimed both at *reacting to* and/or *to guard against* social progress. For example, at the Walter Lippmann colloquium¹⁷, we see the new liberals developing, step by step, a genuine strategy for reconquest. This responsiveness would partly explain its metamorphoses and adaptability: they would result from the need to change, as often as necessary, if not the *rules* of the game, at least the playing field in order to put the adversary in difficulty.

Thus, since 2010, states, like businesses, have had to demonstrate their “*business-friendly*” approach. For states, this means, as Michel Feher writes, “subordinating the well-being of voters to the approval of the markets” (Feher, 2017, pp. 163-164). The conditions change, but the objective remains the same: to roll back social progress and rights—which is the very definition of austerity. Another lesson is that, in its dynamic, the neoliberal project is profoundly austere and austerity-driven for the state as well as for all populations—even if its ordoliberal version, born after the Second World War, claims to ensure minimal aid for the poorest (Foucault, *op. cit.*).

For German and Austrian ordoliberals and American neoliberals, as well as, after the Second World War, for the members of the Mont Pèlerin Society (who

¹⁵ Le Bon is quoted by Lippmann in 1913 (*Human Nature in Politics*), see A. Milanese, *op. cit.*, p. 87.

¹⁶ For example von Mises and Rougier, see XXXX, 2023, *op. cit.*

¹⁷ As can be read in the proceedings of the Colloquium, see Audier (2021).

were often one and the same), the state, deemed incompetent in economic matters, must henceforth guarantee the conditions for the existence of the market economy, but while refraining from making economic decisions. Called upon to contribute, it must foster the emergence of this new society that relies on markets for its regulation (Foucault, *op. cit.*, p. 296; Dardot, 2013). The economy thus becomes the central field of knowledge of the society to come. The program of this doctrine is to “dethrone politics,” in the words of Friedrich Hayek, “by the constitutional sanctification of the economy” (Chamayou, *op. cit.*, pp. 236 and 237). In other words, we must act on “the redefinition of the legal institution and the rules of law [...] from and according to the competitive market economy” (Foucault, *op. cit.*, p. 166).

To dethrone politics, new collective and individual norms of behavior must be established: “The *homo economicus* we want to create [...] is the man of enterprise and production”; the enterprise becomes the “informing force of society” and the model to follow in all areas; the “legal interventionism of the State” establishes the “formal structure of competition” as a general principle¹⁸ (*ibid.*, pp. 152, 154, 167, 296). The State, reduced to a bare minimum, has the role of guaranteeing, through appropriate laws, the proper functioning of the economy.

Thus, in the United States since the 1960s, the “empty coffers policy” aims to:

“To limit or reduce state revenues by capping or lowering taxes [...] with the aim of increasing budget deficits. [...] The objective of this strategy is to create what one American researcher calls ‘a climate of austerity’ and another ‘a permanent lever for cutting social budgets’” (Guex, 2003, p. 54).

Reducing the size of the state through state action and legislation legally ensures the sustainability of austerity policies.

Neoliberalism is generally considered to have been implemented by the governments of Margaret Thatcher in England in 1979 and Ronald Reagan in the United States in 1980. Their policies of dismantling the state and social rights, as well as their ideological influences—Friedrich Hayek for the former and Milton Friedman for the latter, both members of the Mont Pèlerin Society—leave no doubt as to the nature of their policies. However, examples of policies inspired by a neoliberal approach can be found much earlier: in the 1970s, for example, the “structural adjustments” of the World Bank and the International Monetary Fund (IMF) in developing countries (Toussain, 2004).

I call *neoliberal discourse* the sum of verbal productions that reiterate the doctrine of neoliberalism, but I believe that this ideological discourse is neither

¹⁸ The term “legal interventionism of the State” is from Louis Rougier, organizer of the Walter Lippmann colloquium.

unique, nor uniform, nor coherent (Guilbert, 2011, 2020a, *op. cit.*). In the media, it takes the form of self-evidence by never presenting itself for what it is; it uses numerous discursive, enunciative, argumentative, and manipulative processes to present itself as something self-evident or common sense. (Guilbert, 2007, 2011, 2020a, *op. cit.*). Today, neoliberal discourse has spread to all spheres of society: mass media, private companies, public education and health services, social services, agriculture, arts, culture, natural resource management, sports, tourism, etc. Being ubiquitous, it appears natural and common, even efficient, particularly in the media.

Neoliberal discourse and the media

An example of how opinions are formed by the media

The media are producers, but also and especially receivers and disseminators of discourse. More precisely, they are *secondary discourses* that receive, then disseminate and transmit *primary discourses* originating from international financial organizations, governments and political figures, large globalized corporations, markets, academic economic specialists, and so on. Studying mass media, or mainstream media¹⁹, therefore means studying how they receive, interpret, internalize, then disseminate and paraphrase these primary discourses; it is above all about analyzing the reception of these primary discourses and the effects they produce on the media themselves.

While it is virtually impossible to measure the impact of any given media discourse on the public, it is equally undeniable that neoliberal economic beliefs have gradually permeated the media and the public's perceptions. The term "growth" is a case in point. What was considered "good for growth" in the 1960s and 70s referred to dairy products intended for children. *Growth*, with its definite article "the," has taken on an exclusively economic meaning since the 1980s and 90s. The term is never questioned in the media and no longer needs to be qualified to be understood in its economic sense. Here is an example from the "windfall" episode under the Jospin government: media discourse at the time questioned what should be done with a budget surplus in public finances. *L'Expansion*, 14/09/2000, editorial: "Everyone wants a piece of the growth pie."

This example illustrates a fundamental characteristic of neoliberal discourse in the media: the columnist assumes, without any mandate, the role of spokesperson for public opinion ("everyone") and attributes a desire to it ("wants"). This ventril-

¹⁹ There are of course non-neoliberal publications and media, but these are marginal compared to the "mainstream media" (see Duval, 2000 and Cagé, 2015).

oquism, and its repetition over several consecutive days²⁰ constitutes manipulation, that is, “the most complete possible reduction of the audience’s freedom to discuss or resist what is being presented to them” (Breton, 1997, p. 24). By bombarding them with what they are supposed to already think—a pre-existing, pre-existing representation—the public is denied the capacity to form its own opinion. Delocutive forms like “everyone” allow, through the same discursive movement, the manipulation to be concealed while simultaneously sharing the responsibility for the message with the reader (Guilbert, 2007, 2011, 2020a, *op. cit.*).

Neoliberal discourse in the media

Demonstrating how neoliberalism has systematically managed to present itself in the media remains to be done. Some elements, however, are well documented (Oreskes & Conway, *op. cit.*). Neoliberals after the Second World War, for example, seem to have aimed to dominate the media and influence public opinion with simple messages. Lippmann wrote a popular column, T&T (*Today and Tomorrow*), from 1931 for about fifty years in the *New York Herald Tribune*; the novels of Ayn Rand, a neoliberal and libertarian figure, have enjoyed immense success in the United States; Milton Friedman, a leading figure of American neoliberalism, has:

“He used popular science books, newspapers and periodicals, radio and television programs to spread his ideas [...] it is above all an ideological and political crusade that Friedman has been waging since the beginning of his career” (Dostaler, 2004, p. 77).

As a student of Milton Friedman at the University of Chicago, and recounting a personal memory, S. Zuboff provides a crucial element regarding Friedman’s conception of democracy: she describes him as “a tireless educator, convinced that legislative and legal action systematically reflects the public opinion of the previous generation.” His project was to persuade the generation he was addressing, and more broadly, public opinion, “through a great deal of articles, books, and popular television programs” (Zuboff, *op. cit.*, pp. 688-689), and above all, to embed the neoliberal society he promoted within the legal system. The author adds a similar statement from Hayek in a 1978 interview: “I work on public opinion. I don’t even believe that until it changes, legal reform can improve anything [...], the essential thing is to change opinions²¹.”

²⁰ For a series of almost identical examples from the same period: T. Guilbert, 2014.

²¹ F. Hayek, interview by Robert Bork, Center for Oral History Research, University of California, Los Angeles, Nov. 4, 1978, cited in S. Zuboff, *op. cit.*, p. 689.

These examples confirm the role of public opinion in the media, already present in Lippmann's work: winning over public opinion is the first essential step towards the new society; it precedes legal changes, and therefore discourse is crucial in this ideological struggle. For these neoliberals, public opinion must be manufactured through discourse adapted to mass media. It is clear that for them, discourse does not merely accompany neoliberal policies: it must precede and shape them to make political and legal decisions acceptable. Discourse in mass media is the essential *acts* of this battle of ideas, in other words, they are conceived by these two leaders as acts capable of constituting a form of acceptability (Faye, *op. cit.*, p. 226)—that is, as capable of establishing the conditions for the population's acceptance of neoliberal doctrine. Neoliberal discourse, conceived from its inception as a reaction to the advance of social ideas, is therefore a vast communication campaign directed at the population: it relies essentially on mass media and uses the techniques of "manufacturing consent." One of these techniques is the narrative of this new society; a narrative that must be taken up, reformulated, and paraphrased by and within the media. The following observation by Jean-Pierre Faye seems particularly applicable to neoliberal discourse and its variants (its "narrative deviations"): "In the field where narrative deviations shift, what is then visible is that the narrative effect is a driver of action" (*ibid.*, p. 66). The narrative deviations of the neoliberal narrative construct an ideological image of the world²², which in turn influences public perceptions. However, one point must be emphasized: as the examples of Friedman and Hayek demonstrate, manufacturing consent is not the ultimate goal of neoliberals but rather the essential means to ensure that neoliberal doctrine will *ultimately be enshrined* in a country's legal system.

The media, for their part, are conceived here as the vectors, the transmitting agents, the means of mass dissemination of these discourses. But there is more: if we accept that neoliberal discourse is conceived and produced, from Lippmann's writings onward, within the very framework of the media, we can deduce that it is constructed *in, for, and according to* the mass medium in which it appears. I will clarify this important point by drawing on Roland Barthes. If "to deliver a discourse" is "to take up a discourse that has been said and heard a thousand times (a hackneyed discourse), as if inventing it, with the conviction of the first time," it is also "to invest in a discourse" and "to be invested by a discourse," it is "to take orders from a phraseology" (Barthes, 2002, p. 196). Thus, the conditions of production of a given medium shape the discourse that is delivered within it. A neoliberal newspaper editorial is not the same as a neoliberal radio editorial, which itself is not the same as a neoliberal television broadcast. Nevertheless, all

²² This is the case with the introduction to Lippmann's *La Cité libre*, which presents a narrative of the world through the floating referent "our time" (T. Guilbert, 2023, *op. cit.*).

three belong to the same discourse (the same discursive formation), to a set of verbal productions possessing common neoliberal characteristics, but reformulated according to the medium in which they are delivered. And in turn, the neoliberal discourse acts upon the media (and its staff) in which it takes shape by imposing, for example, programming constraints (economic columns and programs, number and duration of advertisements, selection and treatment of news, etc.). This mimicry, this homotypy—in the sense that this discourse would take its form directly within the media, that is, in the environment where it appears—and the progressive reciprocal influence of the neoliberal discourse on the media partly explain why it goes unnoticed: it constantly adapts to the media and adapts the “new” media of the 20th and 21st centuries to its own image.

Thus, to return to the origins of neoliberalism, we must consider the new opportunities for shaping public opinion that developed in the 1920s and 1930s. Just a few years before the Walter Lippmann Colloquium, there were two significant technological advances in mass media: radio broadcasting and then talking pictures. Both functioned as a new extension of our senses and relied on the voice, a new and particularly sensory and suggestive channel of dissemination²³.

To illustrate this homotypic relationship between media and neoliberal discourse, here are two examples from France and one from the United States. In the 1970s, the media coverage, via television, of Valéry Giscard d'Estaing, presented as the very embodiment of the “new art of governing” (Foucault, *op. cit.*, p. 151) and modernity—neoliberal *tropes* echoed in the coverage of his death in 2020—is not accidental at a time when it is obvious to everyone that “the small screen is gaining widespread popularity in French homes²⁴.” Similarly, the use of the figure of Yves Montand, a man known for his left-wing views, embracing neoliberal doctrine during the program “Vive la crise!” on February 22, 1984, broadcast live on the public television channel *Antenne 2*, is not a theoretical discourse: it perfectly suits the television format of the time²⁵.

In the United States, Edwin Feulner, one of the founders and president of the *Heritage Foundation* (1973-1977)—a highly influential *think tank* and *lobby* funded by press magnates Edward Noble and Richard Mellon—suggested to Reagan that he write “*brief-case tests*,” simple, easily identifiable, and readily disseminated messages for the media (Dezalay & Garth, 1998, p. 11). In the introduction to *The*

²³ Radio, often controlled at the time by political power, is a mass medium particularly suited to suggestion: “Radio touches people in their intimacy. It is a person-to-person relationship, which opens a world of communication between the author-speaker and the listener. That is the direct side of radio. It is a private experience.” (McLuhan, *op. cit.*, p. 345).

²⁴ <https://www.europe1.fr/medias-tele/comment-valery-giscard-destaing-a-transforme-le-rapport-des-presidents-aux-medias-4009719>, accessed on April 14, 2021.

²⁵ <https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/video-le-22-fevrier-1984-yves-montand-presentait-vive-la-crise-a-la-tele-7781997806>, accessed on April 14, 2021.

March of Freedom in 1998—a title in dialogue with F. Hayek’s *The Road to Serfdom* (1944)—he wrote:

“It was a conscious goal of the *Heritage Foundation* – to be a permanent presence in Washington. We strove to make conservative ideas not only respectable, but also mainstream. To define the terms of the national political debate. To offer [...] positive and practical free-market alternatives to the failed liberal policies of the old order²⁶.”

It therefore seems that neoliberal messages aimed at the population are designed *in, by and for* the media in which they appear.

What neoliberalism does to the media

While neoliberal discourse influences media programming and discourse itself, it also alters the structure of the media landscape. Therefore, a relatively recent economic evolution of the media must be added to this picture. From the 1990s to the present day, the effects of neoliberal media discourse have become increasingly pronounced as large media groups owned by multinationals have been formed through monopolistic consolidations. One effect of these consolidations has been to reduce the number of field journalists and the diversity of perspectives within the mainstream media²⁷ (Cagé, *op. cit.*). These media more readily take up the original discourses of the bodies that Pierre Bourdieu designates, somewhat in the manner of Bernays, as the “true invisible world government”, in other words “the large multinational firms and their international boards of directors, the large international organizations, WTO, IMF and World Bank with multiple subdivisions [...], and all the corresponding realities, commissions, and committees of unelected technocrats” (Bourdieu, *op. cit.*, p. 88). This ongoing “restructuring” of the media places them under the domination of large international groups that have integrated the *primary neoliberal discourses* and, in fact, control the *secondary discourses* directed towards the public:

“Through the almost absolute power they hold over the major communication groups [...] these new masters of the world tend to concentrate all powers, economic, cultural and symbolic [...] they are thus able to impose very broadly a vision of the world in accordance with their interests. [...] Although they are

²⁶ *Heritage Foundation* website: <https://www.heritage.org/staff/edwin-feulner>, accessed on April 14, 2021.

²⁷ For a more recent example, see Halimi & Rimbart (2021).

not strictly speaking the direct producers, [...] the major communication groups contribute in decisive part to the almost universal circulation of the invasive and insinuating doxa of neoliberalism, whose *rhetoric should be analyzed in detail*" (*ibid.*, p. 89, italics in the original).

The constitutive role of mass media discourse in imposing "a worldview in accordance with their interests" is therefore central, as Lippmann, Bernays, Hayek and Friedman, among others, had already understood.

It therefore seems important to situate this manufacturing of consent within what Foucault calls "neoliberal governmentality." Admittedly, Foucault underestimated Lippmann's importance to neoliberalism by devoting only a few lines to him and by remarking, regarding *The Free City*:

"A curious book, because it was a book which, on the one hand, does indeed take up, in the form of a pure and simple reactivation, the theories of classical liberalism, but also, in a number of ways, presents elements which are part of neoliberalism" (Foucault *op. cit.*, p. 138).

Lippmann's vertical conception of democracy and communication is not incompatible with Foucault's concept of governmentality; quite the contrary. According to Foucault, governmentality is a form of power that emerged at the end of the 18th century and developed more strongly after the Second World War (Foucault, 2004a). This form of power is close to Lippmann's conception in that it seeks to "guide the conduct" of the population, to direct behavior. Governmentality is a power that does not present itself as power; it relies on the normalization of conduct, that is, on the coercive force of the norm, notably by forcing deviation into conformity with the norm. This coercive force is all the more effective because it does not reveal itself as such; it rests on the self-evidence of the norm by relying on the normal: "The normal comes first, and the norm is deduced from it," as Foucault explains. in his lecture of January 25, 1978 (*ibid.*). According to him, the "major form of knowledge" of governmentality is political economy, its "primary target" is the population. To guide conduct, it develops "a whole series of specific government apparatuses" (*ibid.*) that enact or promote norms and normative injunctions. I consider that the dominant media belong to this latter category; they are specific apparatuses of neoliberal governmentality (Guilbert, 2020b, pp. 179-204). The dominant media and journalistic discourse is both the receptacle of primary discourse (the major form of knowledge) and the producer-disseminator of secondary discourse directed at the population with the aim of influencing behavior. These media discourses, saturated with advertising (direct, indirect, and disguised) and various incentives (product placement in films

and series, *nudging*, and manipulation of “behavioral surplus²⁸” on platforms), and these mass journalistic discourses that define normality, manage to establish this neoliberal and austerity-driven doctrinal discourse as a given, as a “normal” worldview, in Foucault’s sense. If governmentality does not impose by force but relies on *what appears normal* in order to normalize behavior, then my hypothesis is that neoliberal and austerity-driven normality, presented in and by mass media and journalistic discourses, results in the production of normative injunctions “implicit and explicit acting, more or less directly, on the economic behavior of social actors.” (Guilbert & Lebaron, 2017, p. 221), but also on their economic, political, social representations, and on the forms of subjectivation, particularly identity-related (Laurent, *op. cit.*).

To conclude provisionally

The hypothesis developed in this chapter is that, since its origins, neoliberal governmentality has used mass media discourse as a “manufacturer of consent” for the population. Present in the works of Lippmann²⁹, and certainly in his *T&T columns*, and taken up after the war by proponents of neoliberalism such as Friedman and Hayek, this vertical conception of democracy assigns *leaders* the role of directing the masses. It involved implementing a communication strategy for (economic) power, born from an existential protective reaction to the emancipation of the “masses” and the decline of liberalism, and aimed at securing acceptance of the neoliberal agenda. Integrating mass media and profoundly altering them allowed neoliberal discourse to govern the population by linking its conception of democracy to its austerity-driven conception of the economy.

According to this hypothesis, there are two main types of neoliberal discourse: the *primary discourse* of major neoliberal organizations, directed at political and media powers, and the *secondary discourse* of mass media, which paraphrases the former and is directed at the general public. In addition to ensuring their widespread dissemination, the dominant media institutions—specific apparatuses of neoliberal governance—confer upon these secondary discourses a form of legitimacy and normality that facilitates their acceptance and internalization by the population.

²⁸ The term is from S. Zuboff, *op. cit.* . It refers to all the information about ourselves that we leave behind during our searches and use of internet platforms, which are then collected, processed, and resold to advertisers who influence our behavior by offering us personalized products. *Nudging* is the technique of influencing user behavior by suggesting an action .

²⁹ *Public Opinion* (1922), *The Phantom Public* (1925) and *The Free City* (1938).

The entanglement of neoliberal discourse with media discourse directed at the public is therefore not accidental. Whether traditional or “social,” mass media are its vectors, transmitting it in an almost medical or epidemiological sense. When we push the logic of this entanglement further, a new hypothesis emerges: that neoliberal discourse takes on the form of the medium in which it is presented; in other words, that it takes shape—different forms—in each medium and according to each medium. This adaptation to the environment of perception reinforces its media invisibility, its discursive obviousness, and its capacity to condition the public.

Neoliberal discourse thus gains a second level of self-evidence: discursive self-evidence is compounded by a communicational self-evidence specific to the media. The effects of symbolic imposition, the effects of meaning in neoliberal media discourse, are all the more effective because, like all self-evident truths, they are perceived without being noticed. (Guilbert, 2007, 2011, 2014, 2020a, *op. cit.*). With each “crisis,” the austerity-driven media discourse presents itself as natural, normal, and self-evident; with each “crisis,” it dramatizes the situation and presents itself as the only possible solution; with each “crisis,” it aims to normalize behavior (Lignes, 2009). And each time, through a ratchet effect, it reinforces the perceived self-evidence of neoliberal representations and their institutionalization within legal systems.

REFERENCES

- ALTHUSSER Louis, « Idéologie et appareils idéologiques d’État. Notes pour une recherche ». In: ALTHUSSER Louis, **Positions**, Paris: éditions Sociales, 1976. p.67-125.
- AUDIER Serge, **Le Colloque Walter Lippmann. Aux origines du « néo-libéralisme »**, Paris: Bord de l’eau 2009/Apple Books, 2021.
- BARBIER Frédéric et BERTHO-LAVENIR Catherine, **Histoire des médias, de Diderot à Internet**. Paris: Armand Colin, 1996.
- BARDINI Thierry, Entre archéologie et écologie. Une perspective sur la théorie médiatique. **Multitudes**, n.62, p.159-170, 2016.
- BARTHES Roland, Tenir un discours, séance du 12 janvier 1977. In: BARTHES Roland, **Comment vivre ensemble. Cours et séminaires au Collège de France 1976-1977**, texte établi, annoté et présenté par C. Coste. Paris: Seuil IMEC, 2002, p.187-198.
- BERNAYS Edward, **Propaganda. Comment manipuler l’opinion en démocratie**. Paris: La découverte, [1928], 2007.
- BRETON Philippe, **La parole manipulée**. Paris: La Découverte, Poche essais, 1997.

CAGÉ Julia, **Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie.** Paris: Seuil, 2015.

CHAMAYOU Grégoire, **La société ingouvernable. Une généalogie du libéralisme autoritaire.** Paris: La fabrique, 2018.

BOURDIEU Pierre, **Contre-feux 2.** Paris: Liber-Raisons d’agir, 2001.

CHARON Jean-Marie, **Les médias en France.** Paris: La découverte, 2003.

CITTON Yves, **Médiarchie.** Paris: Seuil, 2017.

DARDOT Pierre, Le capitalisme à la lumière du néolibéralisme. **Raisons politiques**, n.52, p.13-22, 2013.

DENORD François, **Le néo-libéralisme à la française. Histoire d’une idéologie politique.** Réédition revue. Marseille: Agone, [2007], 2016.

DEZALAY Yves & GARTH Bryant, Le “Washington consensus”. Contribution à une sociologie de l’hégémonie du néolibéralisme. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.121-122, p.3-22, 1998.

DOSTALER Gilles, **Alternatives économiques**, n.228, p.76-78, sept. 2004.

DUVAL Julien, Le journalisme à l’économie. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.131-132, p.56-75, 2000.

FAYE Jean-Pierre, **Introduction aux langages totalitaires. Théorie et transformation du récit.** Paris: Le livre de poche, 2003.

FEHER Michel, **Le temps des investis. Essai sur la nouvelle question sociale.** Paris: La découverte, 2017.

FOUCAULT Michel, **Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France. 1977-1978.** Paris: EHESS/Gallimard, Seuil, 2004a.

FOUCAULT Michel, **Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France. 1978-1979.** Paris: EHESS/Gallimard-Seuil, Leçons des 14 et 21/02/1979, 2004b.

GUEx Sébastien, La politique des caisses vides. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.146-147, p.51-61, 2003.

GUILBERT Thierry, **Le discours idéologique ou la force de l’évidence.** Paris: L’Harmattan, 2007.

GUILBERT Thierry, **L’« évidence » du discours néolibéral. Analyse dans la presse écrite.** Broissieux: Croquant, 2011.

GUILBERT Thierry, La “mise en évidence” du discours économique par la presse écrite, dans M. Temmar, J. Angermuller, F. Lebaron, **Les discours sur l'économie**, Paris: PUF, p.148-149, 2014.

GUILBERT Thierry, Leonarda, le Président et les médias. Communication politico-médiatique et représentations identitaires à propos des Roms. Dans F. Hailon, A. Richard, N. Guellil (éd.), **Discours politiques identitaires dans les médias**. Paris: L'Harmattan, p.77-108, 2015.

GUILBERT Thierry, **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: UNICAMP, (traduction de T. Guilbert 2007), 2020a.

GUILBERT Thierry, Foucault, le discours et la gouvernementalité néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Foucault face à la norme**. Paris: Mare & Martin, p.179-204, 2020b.

GUILBERT Thierry, Narrations croisées de la “crise grecque” : comment le rappel à la norme budgétaire a rétabli l'hégémonie néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Narrations de la norme**. Paris: Mare & Martin, p.171-200, 2021.

GUILBERT Thierry, L'articulation du récit idéologique et de l'éditorial dans l'introduction de *La Cité libre* de Walter Lippmann. **Langage et Société**, n°178, p.139-159, 2023.

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 et Société**, n°160-161, p.217-235, 2017.

GUILHAUMOU Jacques, Percevoir et traduire la violence verbale du peuple. De l'Ancien Régime au XIX^e siècle. In: CLAUDINE M., NATHALIE A., FRACCHIOLLA B., SCHULTZ-

ROMAIN C. org.). **De l'impolitesse à la violence verbale**, t. 2, Paris: L'Harmattan, 2008.

HALIMI Serge et RIMBERT Pierre, Comment Donald Trump et les médias ont ravagé la vie publique. **Le Monde diplomatique**, mars 2021.

KRÄMER Sybille, Was haben die Medien, das Computer und die Realität miteinander zu tun? In: **Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitvorstellungen und Neue Medien**, Francfort-sur-le-Main: Suhrkamp, 1998.

LANDOWSKI Éric, **La société réfléchie**. Paris: Seuil, 1989.

LAURENT Sylvie, **Pauvre petit blanc. Le mythe de la dépossession raciale**. Paris: éditions de la MSH, 2020.

LIGNES, De la crise comme méthode de gouvernement, n.30, 2009, <http://www.cairn.info/revue-lignes-2009-3.htm>

- LIPPMANN Walter, **Public Opinion**. Classic Books America, [1922], 2009.
- LIPPMANN Walter, **La Cité libre**. Paris: Les Belles Lettres, [1938], 2011.
- MANDER Jerry, Les technologies au service de la mondialisation. In: GOLDSMITH E. & MANDER J. (org.). **Le procès de la mondialisation**. Paris: Fayard, 2001, p.99-114.
- MARIGNIER Noémie, Pour l'intégration du concept d'*agency* en analyse du discours. **Langage et Société**, n.170, p.15-37, 2020.
- MATTELART Armand, **La communication-monde, Histoire des idées et des stratégies**. Paris: La Découverte, 1992.
- MC LUHAN Marshall, Pour comprendre les média. Paris: Seuil, [1964], 1976.
- MILANESE Arnaud, **Walter Lippmann, d'un néolibéralisme à l'autre. Changement social et leadership libéral**. Paris: Classiques Garnier, 2021.
- ORESKE Naomi & CONWAY Erik M., **Le grand mythe. Comment les industriels nous ont appris à détester l'État et à vénérer le libre marché**. Paris: Les liens qui libèrent, 2023.
- ORTEGA Y GASSET José, **La révolte des masses**. Paris: Les Belles Lettres, [1926], 2010.
- PERRENOT Pauline, **Les médias contre la gauche**. Marseille: Agone, coll. Contre-feux, 2023.
- RANCIERE Jacques, **La haine de la démocratie**. Paris: La Fabrique, 2005.
- RIUTORT Philippe, **Sociologie de la communication politique**. Paris: La Découverte, 2007.
- STIEGLER Barbara, « **Il faut s'adapter** ». **Sur un nouvel impératif politique**. Paris: Gallimard, NRF éditions, 2019.
- TOUSSAIN Éric, Mondialisation des inégalités et offensive néolibérale. In: TOUSSAIN Éric, **La finance contre les peuples. La bourse ou la vie**. Paris: Syllepse-CETIM-CADTM, p.31-66, 2004.
- VARGAS LLOSA Mario, **Temps sauvages**. Paris: Gallimard, 2021.
- ZINN Howard, **Une histoire populaire des États-Unis**. Marseille: Agone, 2002.
- ZUBOFF Shoshana, **L'Âge du capitalisme de surveillance**. Paris: Zulma, 2020.

REFLEXÕES SOBRE O DISCURSO NEOLIBERAL NA MÍDIA: UM ENTRELAÇAMENTO A SERVIÇO DA AUSTERIDADE

Thierry GUILBERT*

RESUMO: Este artigo apresenta uma nova perspectiva sobre a relação entre o discurso neoliberal e a mídia dominante. Primeiramente, examina o que a mídia é e faz — os efeitos que exerce sobre nosso comportamento — antes de relembrar como, historicamente, a propaganda midiática e a democracia vertical estão interligadas. Recorrendo a elementos teóricos e históricos específicos, demonstra que o discurso neoliberal é um discurso de reação e contra-ataque ao progresso social: é, fundamentalmente, um discurso de austeridade. A mobilização da governamentalidade foucaultiana permite, por fim, mostrar como o discurso neoliberal utiliza e se adapta à mídia dominante para “fabricar” a aceitação pública dos programas de austeridade, com o objetivo final de “garantir legalmente a sustentabilidade das políticas de austeridade”. A mídia é, portanto, de certa forma, um “aparato específico” da governamentalidade neoliberal.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda. Lippmann. Governamentalidade. Evidência. Fabricação do Consenso

“O efeito narrativo ou editorial carrega consigo uma certa quantidade de ação, que pode ser multiplicada massivamente no campo” (Faye, 2003, p. 67, ênfase no original).

Dado que a interligação do discurso neoliberal com os meios de comunicação de massa tem sido documentada há décadas¹, levanto a hipótese, neste capítulo, de

* Professor Emérito Sênior. Universidade da Picardia Jules Verne/CURAPP-ESS (UMR CNRS 7319). <https://orcid.org/0000-0001-6806-4500>. th.guilbert@wanadoo.fr.

¹ Muitos autores demonstraram isso (mesmo que o termo *neoliberal* nem sempre seja usado), para citar alguns exemplos de obras que serão utilizadas a seguir: Pierre Bourdieu, Julien Duval, Gilles Dostaler, Jerry Mander, Pauline Perrenot, Loïc Wacquant, Shoshana Zuboff para citar algumas obras usadas abaixo. Também farei referência aos meus próprios trabalhos e, entre eles, implicitamente, a T. Guilbert, 2007 e a T. Guilbert, 2011, traduzido e publicado pela UNICAMP: T. Guilbert, 2020a.

que essa interligação midiática não é acidental, mas sim constitutiva do discurso neoliberal. Essa interligação é estratégica: permite que o discurso neoliberal se beneficie da autoridade simbólica da mídia e explore sua capacidade de moldar o comportamento público.

Os termos *discurso neoliberal* e *mídia (de massa ou tradicional)* serão definidos a seguir. É importante esclarecer de antemão que esta hipótese não se originou de uma opinião preexistente. Pelo contrário, surgiu da minha leitura e trabalho sobre o discurso neoliberal. No final da década de 1990, analisar a refração do discurso neoliberal na mídia de massa parecia-me evidente. A ligação entre o discurso neoliberal e a mídia parecia-me adicional, ou seja, tanto oportunista — o primeiro utilizando as capacidades de disseminação da segunda — quanto adventícia — como se fosse acrescentada, não parte “natural” dela. É esse caráter adicional em seu componente adventício — sendo o aspecto oportunista comprovado, como veremos — que questiono, pois constitui um ponto cego em minhas análises desse discurso. Assim, a natureza dessa relação não me parece mais uma simples coincidência; A hipótese que apresento aqui é, portanto, que a onipresença do discurso neoliberal nos meios de comunicação de massa não é acidental, mas sim constitutiva.

Essa hipótese possui uma dupla dimensão, tanto histórica quanto comunicacional: se esse discurso ideológico é tão evidentemente eficaz², é porque, desde sua origem, tem sido um discurso de comunicação — com uma concepção vertical de comunicação e democracia, como veremos — e porque, por décadas, tem sido disseminado na e pela maioria dos principais veículos de comunicação — e daí, em todos os setores da sociedade — a tal ponto que esse próprio entrelaçamento parece autoevidente³. A autoevidência discursiva do discurso ideológico neoliberal, que se apresenta como “senso comum”, é, portanto, agravada por uma autoevidência comunicacional. Esse é o ponto cego: essa onipresença — ubiquidade e entrelaçamento — essa estratégia de comunicação na e pela mídia *tradicional* passa despercebida; apresenta-se como natural. Contudo, se aceitarmos que esse entrelaçamento do discurso neoliberal na mídia tradicional não é acidental ou contingente, então parece ser o sinal de uma “correlação constitutiva” ainda a ser determinada.

Como essa hipótese é objeto de pesquisa em andamento, limitar-me-ei aqui a fundamentá-la, ou seja, a oferecer alguns pontos para reflexão, e a estabelecer algumas bases históricas e teóricas que demonstrem como o discurso neoliberal molda a opinião pública na mídia e por meio dela. Começarei definindo os termos que compõem essa hipótese.

² Refiro-me a Louis Althusser (1976). É o que chamo de evidência discursiva no meu próprio trabalho, por exemplo: T. Guilbert, 2007.

³ Esses dois pontos óbvios se combinam com um terceiro: “Temos dificuldade em ver a mídia pela simples razão de que ela é feita para não ser vista” (Citton, 2017, p. 25). Voltarei a esse ponto mais tarde.

Discurso e mídia(s)

É importante definir os termos utilizados para especificar os referentes a que se referem, bem como os seus efeitos nas nossas vidas e nos nossos comportamentos.

Discurso é um conceito complexo; seu significado aqui difere significativamente do seu uso cotidiano (fala, oratória etc.). Aqui, *discurso* tem dois significados: é tanto uma *ação verbal* (escrita ou oral) que produz efeitos de significado em uma determinada situação, *quanto* um conjunto de produções verbais que compartilham características comuns. Essas características podem ser explícitas quando se originam de uma instituição específica ou implícitas quando refletem uma posição ideológica mais ou menos difusa. Assim, *o discurso midiático* abrange todas as produções verbais emanadas de instituições midiáticas (imprensa, mídia audiovisual, mídias sociais, mídia digital), e *o discurso neoliberal* abrange todas as posições que compartilham traços da ideologia neoliberal — um termo ao qual retornarei mais adiante.

A *mídia*, com sua tipografia latina (*medium*, no singular) e itálico, são extensões de nossos sentidos e faculdades, e intermediários entre o mundo e nós mesmos. Como tal, são agentes de mudança e não são neutros. Marshall McLuhan demonstrou isso magistralmente há cerca de sessenta anos: “Os efeitos de um meio de comunicação sobre o indivíduo ou sobre a sociedade dependem *da mudança de escala produzida por cada nova tecnologia*, cada extensão de nós mesmos, em nossas vidas” (McLuhan, [1964] 1976, p. 25, ênfase no original). Assim, os efeitos da *mídia* não dependem de como ela é usada — segundo um velho refrão utilitarista — é a própria existência de um *meio* que produz efeitos em nossas vidas. Como observa Jerry Mander, as novas tecnologias, por exemplo, são mídias que contribuíram para a globalização neoliberal da década de 1990:

“Todas essas tecnologias, todos esses processos são aspectos intrínsecos da economia globalizada. No entanto, apesar das evidências, ainda hesitamos em tirar as conclusões necessárias sobre a influência política das tecnologias modernas. Apegamo-nos à ideia de que as tecnologias são ‘neutras’, assim como gostamos de acreditar que a ciência é ‘objetiva’ e que tudo é uma questão de acesso” (Mander, 2001, p. 99).

Dentre a série de perguntas que o autor levanta após essa observação, retiro duas: “Como [essa tecnologia] influencia nossa maneira de aprender, o que sabemos e somos capazes de saber?” e “Como ela reorganiza o poder na sociedade?” (*ibid.*, p. 100). Essas questões são essenciais em um mundo que produz tantos objetos tecnológicos e tantas novas *mídias*. Cerca de vinte anos depois, Shoshana Zuboff levanta três questões semelhantes sobre o Google e o Facebook: hoje, “quem sabe?”, “quem decide?” e “quem decide quem decide?” (Zuboff, 2020, p. 249-250).

A *mídia*, usando a terminologia usual, refere-se a um subconjunto, ou melhor, a uma forma particular de *mídia*. Embora também atuem como intermediárias entre a realidade e nós, sua própria natureza — diferentemente de outras *mídias* — é transmitir uma representação da realidade para nós. A mídia jornalística, por exemplo, seleciona certos fatos, transforma-os em “notícias”, apresenta-os ao público e seu discurso tem um impacto sobre indivíduos e sociedades.

A abordagem utilitarista que define mídia como “*tudo o que é usado para registrar, transmitir e/ou processar informações, fala, imagens e som*” (Bardini, 2016, citado em Citton, *op. cit.*, p. 31, grifo nosso) não me parece totalmente satisfatória, pois implica que a mídia seja um objeto tecnológico. No entanto, a televisão e os smartphones não são, a meu ver, mídia, mas *ferramentas, dispositivos técnicos e tecnológicos* que “servem” como canais de comunicação para a mídia. Smartphones, televisores e receptores de rádio são mídia, extensões de nós mesmos, mas não mídia em si: são canais para a mídia. Defino mídia não como dispositivos, mas como *sistemas tecnológicos* que possibilitam a disseminação da comunicação de massa e a circulação de informações públicas de uma instância enunciativa limitada para um público mais amplo⁴. Assim, esses *dispositivos de comunicação midiática* são muito mais do que meras ferramentas, pois têm a particularidade de se institucionalizarem ao longo do tempo: vimos isso com a imprensa, o cinema, o rádio, depois a televisão e, finalmente, com as plataformas digitais conhecidas como “redes sociais”. Diferentemente da *mídia*, os *meios de comunicação* que são compostos por instituições, possuem certa autoridade discursiva aos olhos do público e dos usuários.

Estabelecida essa distinção, podemos acrescentar que, se os *meios de comunicação* são *extensões* de nós mesmos, eles também são *ambientes no sentido que a medialidade* lhes confere:

“O fato é que nossa relação com o mundo, isto é, todas as atividades e experiências que nos dão acesso ao mundo (e não apenas aquelas que o constroem), é profundamente condicionada pelas possibilidades de discernimento oferecidas pela mídia, bem como pelas limitações que ela impõe” (Krämer, 1998, p. 15, *apud* Citton. *op. cit.*, p. 36).

Dessa perspectiva, “os meios de comunicação condicionam nossas percepções, nossos pensamentos e, portanto, nossas ações” (Citton, *op. cit.*, p. 44, ênfase no original). Eles modificam nossas relações sociais, mas também nossa relação com o tempo (imediatismo), o espaço (ubiquidade) e a agência (capacidade de agir⁵).

⁴ Apresentei esta definição em T. Guilbert, 2015, p. 83.

⁵ Por exemplo, “a capacidade de agir através do discurso”, ver Marignier (2020).

Segundo Yves Citton, esses são “ambientes de percepção”. Portanto, não é exagero argumentar que o discurso midiático nos manipula, no sentido de que influencia nossas percepções sem que nos demos conta. A noção de *discurso midiático* é essencial aqui, porque, ao comunicar, a mídia produz atos; ela age sobre nós, como já observou o semiologista Éric Landowski em 1989:

“O discurso midiático, à sua maneira, ‘nos informa’. Não que o que ele nos apresenta para ler ou ouvir seja necessariamente e sempre ‘verdadeiro’, mas no sentido de que ler ou ouvir esse discurso geralmente molda a maneira como concebemos e até mesmo vivenciamos o nosso presente” (Landowski, 1989, p. 155).

Propaganda e mídia

Desde os primórdios da mídia de massa, no final do século XIX e início do século XX, a questão da influência da mídia sobre os cidadãos foi intensamente debatida tanto nos Estados Unidos quanto na Europa (Mattelart 1992; Charon 2003, p. 12). Uma das primeiras campanhas de propaganda midiática direcionadas ao público em geral foi a “invenção” da Guerra de Cuba em 1898 pelo magnata da imprensa W.R. Hearst. Em resposta a uma mensagem de um de seus repórteres-ilustradores informando-o de que tudo estava calmo na ilha de Cuba, ele enviou a famosa mensagem: “Forneça as ilustrações, eu forneço a guerra”. Sua campanha na imprensa resultou na intervenção militar dos Estados Unidos em Cuba e no filme *Lutando com Nossos Rapazes em Cuba*.

Outro exemplo, importante para a nossa discussão, é a criação, pelo Presidente Wilson, em 1917, durante a Primeira Guerra Mundial, do *Comitê sobre Informação Pública* (ou Comitê Creel). Essa agência governamental de propaganda e censura utilizou centenas de milhares de discursos públicos, bem como a imprensa e o cinema, os principais meios de comunicação de massa da época, para persuadir jovens a se alistarem voluntariamente na guerra⁶ (Mattelart, *op. cit.*, pp. 60-61; Zinn, 2002, pp. 413-414). Dois intelectuais, Walter Lippmann e Edwards Bernays, juntaram-se ao Comitê Creel em 1917 e participaram da campanha de propaganda.

Alguns anos depois, em 1922, o colunista Walter Lippmann, cuja influência se revelaria decisiva para o neoliberalismo (Milanese, 2021; XXXX 2023), cunhou a expressão “a fabricação do consenso” em seu livro *Opinião Pública*. Isso se refere à *fabricação* da opinião pública como um produto de consumo, reconhecendo que ela requer uma habilidade específica, uma espécie de arte: “A criação do consenso

⁶ H. Zinn afirma na página 413: “Este comitê financiou setenta e cinco mil palestrantes que proferiram setecentos e cinquenta mil discursos em cinco mil cidades e vilas nos Estados Unidos.”

não é uma arte nova. É uma arte muito antiga, que se supõe ter desaparecido com o advento da democracia” (Lippmann, [1922] 2009, p. 185). A concepção de democracia de Lippmann — que evoluiu consideravelmente desde a década de 1910, como demonstra Milanese — é essencial para nossa discussão. Já em 1922, com *Opinião Pública* e depois em *A Cidade Livre* (1938), ele distinguiu dois tipos de cidadãos nas democracias modernas: a “massa” amorfa, incapaz de compreender as questões globais, e os *líderes*, aqueles que “estão no comando”, os únicos com capacidade para liderar a sociedade⁷ (*ibid.*, p. 166). Lippmann defende, portanto, uma democracia vertical ou “dirigida”, isto é, uma forma de condução das “massas” por *líderes especialistas*.

Criador da “teoria das relações públicas” e inspirado por Lippmann, Bernays publicou *Crystallizing Public Opinion* em 1923, seguido por *Propaganda: How to Manipulate Public Opinion in a Democracy* em 1928. Aqui estão as linhas iniciais:

“A manipulação consciente e inteligente das opiniões e hábitos organizados das massas desempenha um papel importante em uma sociedade democrática. Aqueles que manipulam esse mecanismo social imperceptível formam um governo invisível que realmente governa o país.

Somos amplamente governados por homens sobre os quais nada sabemos, que moldam nossas mentes, forjam nossos gostos e sussurram nossas ideias em nossos ouvidos. Esta é uma consequência lógica da organização de nossa sociedade democrática. Essa forma de cooperação entre a maioria é uma necessidade se quisermos viver juntos em uma sociedade bem-sucedida.” (Bernays [1928] 2007, p. 44)

Bernays desempenhou um papel significativo na ascensão da comunicação corporativa, prestando seus serviços a conglomerados empresariais⁸. Sua concepção de opinião pública era muito próxima da de Lippmann: a propaganda deve “regimentar a opinião pública exatamente como o exército regimenta os corpos de seus soldados” (citado por Oreskes & Conway, *op. cit.*, p. 121). A questão do “governo invisível” deu origem a várias hipóteses, notadamente na sociologia da comunicação de Harold D. Lasswell e Paul Lazarsfeld⁹ (Riutort, 2007; Mattelart, *op. cit.*). O espaço não permite uma análise detalhada, mas o ponto importante é que eles

⁷ Para outra análise deste pensamento, veja Stiegler (2019) e Milanese, *op. cit.*

⁸ Em particular, empresas que se uniram nas décadas de 1920 e 1930 para resistir ao progresso social, como a *National Electric Light Association* ou a *American Liberty League* (ver Oreskes & Conway, 2023, pp. 118-119). Veja também a descrição de sua experiência na *United Fruit Company* nas páginas iniciais do romance de Vargas Llosa, *Tempos Selvagens* (2021).

⁹ Já em 1927, Harold D. Lasswell estudou os efeitos da mídia sobre o público em sua obra *“Propaganda Technique in the World War”* (*Técnica de Propaganda na Guerra Mundial*).

ênfaticamente essa concepção particular de democracia na qual a “manipulação” — isto é, a manipulação da informação, da mídia e da opinião pública — tornou-se uma das ferramentas da política pública. Daí o surgimento de *especialistas* em comunicação (“manipuladores de opinião”), *grupos de pressão* (“influenciadores”) e *think tanks* (“laboratórios de ideias”) em particular.

Naquela época, a propaganda em massa era considerada útil e necessária para a democracia, e foi nesse momento e nesse contexto que o neoliberalismo e seu discurso emergiram.

Neoliberalismo e discurso neoliberal: um contradiscurso da austeridade

O termo *neoliberal*, com essa tipografia, foi cunhado no colóquio “Walter Lippmann” em agosto de 1938, em Paris¹⁰. Essa doutrina surgiu do desejo de combater os avanços sociais promovidos pelo New Deal nos Estados Unidos e pela Frente Popular na França, após a crise de 1929 e suas consequências sociais. Na década de 1930, os liberais perceberam esses governos progressistas e seus programas sociais como um perigo (Oreskes & Conway, *op. cit.*): viam-nos como um retrocesso do liberalismo¹¹ (Denord, 2016), uma espécie de “crise de hegemonia¹²”. Michel Foucault também observou que o perigo é inerente ao neoliberalismo (Foucault, 2004b, p. 66). Tornou-se, então, urgente adaptar o liberalismo econômico e financeiro desenfreado da década de 1920, ancorando-o ao Estado e colocando este a serviço do mercado.

Para os liberais daquela época, o perigo também vinha das “massas”, mesmo que a ansiedade das elites em relação ao povo não fosse novidade¹³. Em 1895, em *A Multidão: Um Estudo da Mente Popular*, Gustave Le Bon apresentou os povos emancipados pelas revoluções como “turmas enlouquecidas”, “classes perigosas”: a “sociedade de massas” produzia “autômatos cuja vontade já não era guiada” e que era urgente canalizar “como um engenheiro controla uma torrente”. (Chamayou, *op. cit.*, pp. 84-85). Gabriel Tarde, em *L’opinion et la foule* (1901), considerou que a multidão-população estava sujeita à “sugestão criminosa” (*ibid.*, p. 48).

Após a Primeira Guerra Mundial, essa ansiedade ressurgiu no discurso das elites ocidentais. O povo tornou-se novamente a “massa” ou as “massas”, e o discurso passou a girar em torno da “cultura de massa” e dos “meios de comunicação

¹⁰ A questão passou então a ser a de nomear este novo liberalismo; o termo *neoliberalismo* foi proposto por Louis Marlio em 30 de agosto. François Denord considera que os princípios do neoliberalismo já estavam presentes alguns anos antes em certos escritos (Denord, 2016 [2007]).

¹¹ W. Lippmann é muito claro sobre este assunto em sua obra *La Cité libre* (2011 [1938]). Para uma análise de sua introdução, veja T. Guilbert, 2023, *op. cit.*

¹² Sobre a noção de “crise de hegemonia”, ver Chamayou, 2018, nota 70, p. 287-288.

¹³ No Antigo Regime, a voz do povo era ambos temidos e tornados invisíveis, isto é, minimizados e raramente relatados oficialmente, ver Guilhaumou (2008, p. 55-77).

de massa”. Dois grupos distintos podem, no entanto, ser identificados dentro desses movimentos complexos que se opunham à emancipação do povo (Barbier & Bertho-Lavenir, 1996, pp. 222-223). Um primeiro conjunto de críticas centra-se nas pessoas que têm acesso à cultura industrial através dos novos meios de comunicação. Eis um exemplo do famoso livro de José Ortega y Gasset, de 1926, *A Revolta das Massas* (republicado em 2010 pela Les Belles Lettres), que foi traduzido na época para a maioria das línguas europeias:

“Depois de dotar [o homem comum] de todo esse poder, o século XIX o abandonou à própria sorte; o homem comum, seguindo seu temperamento natural, então se recolheu em si mesmo. De modo que nos encontramos diante de uma massa mais forte do que a de qualquer outra época, mas, ao contrário da massa tradicional, hermeticamente isolada de si mesma, incapaz de prestar atenção a qualquer coisa ou a qualquer pessoa, e acreditando ser autossuficiente – em uma palavra, *indisciplinada*¹⁴” (Ortega, Gasset, 2010, pág. 140, grifo nosso).

O segundo grupo é composto por aqueles que aceitam a cultura de massa desde que esteja sob o controle dos poderosos. As obras de Lippmann e Bernays demonstram claramente que pertencem a esse grupo. Para eles, assim como para Le Bon¹⁵, o povo deve ser guiado por indivíduos esclarecidos, os *líderes*. É essa concepção de democracia vertical que neoliberais como Walter Lippmann, como vimos, defendem. Liderar o povo é uma forma de salvaguardar o liberalismo econômico e de se proteger contra os “programas sociais” (Lippmann, 1938, *op. cit.*, Introdução). Esses avanços sociais são percebidos como perigosos; Lippmann, assim como a maioria dos participantes do Colóquio¹⁶, os associa aos programas fascistas, nazistas e soviéticos da época.

Desde então, a percepção de um perigo existencial por parte das classes dominantes conservadoras e neoliberais nos Estados Unidos e na Europa nunca desapareceu. Foi uma característica crônica ao longo do século XX (Chamayou, *op. cit.*; Oreskes & Conway, *op. cit.*; Rancière, 2005): ressurgiu na década de 1930, após a Primeira Guerra Mundial e a Crise de 1929, ressurgiu nas décadas de 1960 a 1980 (Chamayou, *op. cit.*, p. 84; Zuboff, *op. cit.*) e foi então revivida a partir da década de 1980. Persiste no início do século XXI, após a crise de 2007-2008. (Laurent, 2020; Chamayou, *op. cit.*, pp. 84-85; Guilbert, 2021) até hoje (Perrenot, 2023).

Seria então benéfico considerarmos o neoliberalismo não apenas como a “implementação de uma utopia” (Bourdieu, 2001, p. 108) ou uma “política social”.

¹⁴ Esta obra é citada por W. Lippmann, 1938, *op. cit.*, p. 303.

¹⁵ Le Bon é citado por Lippmann em 1913 (*Natureza Humana na Política*), veja A. Milanese, *op. cit.*, p. 87.

¹⁶ Por exemplo, von Mises e Rougier, ver XXXX, 2023, *op. cit.*

(Foucault, *op. cit.*, p. 151), mas também e sobretudo como um projeto sempre pronto a se reinventar por medo da emancipação das “massas”. Em outras palavras, o discurso neoliberal não seria proativo e moderno, como gosta de se apresentar; seria uma forma de contradiscurso vigilante: um discurso estratégico voltado tanto para *reagir* quanto para *combater o neoliberalismo. para se proteger do* progresso social. Por exemplo, no colóquio Walter Lippmann¹⁷, vemos os novos liberais desenvolvendo, passo a passo, uma estratégia genuína de reconquista. Essa capacidade de resposta explicaria em parte suas metamorfoses e adaptabilidade: elas resultariam da necessidade de mudar, com a frequência necessária, se não as *regras* do jogo, pelo menos as *condições* do jogo, a fim de colocar o adversário em dificuldade.

Assim, desde 2010, os Estados, tal como as empresas, têm tido de demonstrar a sua abordagem “*favorável aos negócios*”. Para os Estados, isto significa, como escreve Michel Feher, “subordinar o bem-estar dos eleitores à aprovação dos mercados” (Feher, 2017, pp. 163-164). As condições mudam, mas o objetivo permanece o mesmo: retroceder no progresso social e nos direitos — o que é a própria definição de austeridade. Outra lição é que, na sua dinâmica, o projeto neoliberal é profundamente austero e impulsionado pela austeridade tanto para o Estado como para todas as populações — mesmo que a sua versão ordoliberal, nascida após a Segunda Guerra Mundial, afirme assegurar uma ajuda mínima aos mais pobres (Foucault, *op. cit.*).

Para os ordoliberais alemães e austríacos e os neoliberais americanos, assim como, após a Segunda Guerra Mundial, para os membros da Sociedade Mont Pèlerin (que muitas vezes eram os mesmos), o Estado, considerado incompetente em matéria econômica, deve, a partir de então, garantir as condições para a existência da economia de mercado, abstendo-se, porém, de tomar decisões econômicas. Chamado a contribuir, deve fomentar o surgimento dessa nova sociedade que se baseia nos mercados para sua regulação (Foucault, *op. cit.*, p. 296; Dardot, 2013). A economia torna-se, assim, o conhecimento central da sociedade vindoura. O programa dessa doutrina é “destronar a política”, nas palavras de Friedrich Hayek, “pela santificação constitucional da economia” (Chamayou, *op. cit.*, pp. 236 e 237). Em outras palavras, devemos agir na “redefinição da instituição jurídica e das regras de direito [...] a partir da e de acordo com a economia de mercado competitiva” (Foucault, *op. cit.*, p. 166).

Para destronar a política, novas normas de comportamento coletivas e individuais devem ser estabelecidas: “O *homo economicus* que queremos criar [...] é o homem da empresa e da produção”; a empresa torna-se a “força informadora da sociedade” e o modelo a seguir em todas as áreas; o “intervencionismo legal do Estado” estabelece a “estrutura formal da concorrência” como princípio geral¹⁸

¹⁷ Como pode ser lido nos anais do Colóquio, ver Audier (2021).

¹⁸ O termo “intervencionismo jurídico do Estado” foi cunhado por Louis Rougier, organizador do colóquio Walter Lippmann.

(*ibid.*, pp. 152–296). O Estado, reduzido ao mínimo indispensável, tem o papel de garantir, por meio de leis apropriadas, o bom funcionamento da economia.

Assim, nos Estados Unidos, desde a década de 1960, a “política de cofres vazios” visa:

“Limitar ou reduzir as receitas do Estado através do congelamento ou da redução de impostos [...] com o objetivo de aumentar os défices orçamentais. [...] O objetivo desta estratégia é criar o que um investigador americano chama de ‘um clima de austeridade’ e outro de uma ‘alavanca permanente para cortar os orçamentos sociais’” (Guex, 2003, p. 54).

A redução do tamanho do Estado por meio de ações e legislação estaduais garante legalmente a sustentabilidade das políticas de austeridade.

O neoliberalismo é geralmente considerado como tendo sido implementado pelos governos de Margaret Thatcher na Inglaterra em 1979 e de Ronald Reagan nos Estados Unidos em 1980. Suas políticas de desmantelamento do Estado e dos direitos sociais, bem como suas influências ideológicas — Friedrich Hayek no caso da primeira e Milton Friedman no caso do segundo, ambos membros da Sociedade Mont Pèlerin — não deixam dúvidas quanto à natureza de suas políticas. No entanto, exemplos de políticas inspiradas por uma abordagem neoliberal podem ser encontrados muito antes: na década de 1970, por exemplo, os “ajustes estruturais” do Banco Mundial e do Fundo Monetário Internacional (FMI) em países em desenvolvimento (Toussain, 2004).

Chamo de *discurso neoliberal* a soma das produções verbais que reiteram a doutrina do neoliberalismo, mas acredito que esse discurso ideológico não é único, nem uniforme, nem coerente (Guilbert, 2011, 2020a, *op. cit.*). Na mídia, ele assume a forma de autoevidência, nunca se apresentando como o que realmente é; utiliza inúmeros processos discursivos, enunciativos, argumentativos e manipulativos para se apresentar como algo autoevidente ou de senso comum. (Guilbert, 2007, 2011, 2020a, *op. cit.*). Hoje, o discurso neoliberal se espalhou por todas as esferas da sociedade: mídia, empresas privadas, educação e saúde públicas, serviços sociais, agricultura, artes, cultura, gestão de recursos naturais, esportes, turismo etc. Sendo onipresente, parece natural e comum, até mesmo eficiente, particularmente na mídia.

Discurso neoliberal e a mídia

Um exemplo de como as opiniões são formadas pela mídia.

Os meios de comunicação são produtores, mas também e principalmente receptores e disseminadores de discursos. Mais precisamente, são *discursos secundários* que recebem, disseminam e transmitem *discursos primários* originários de organizações financeiras internacionais, governos e figuras políticas, grandes corporações globalizadas, mercados, especialistas econômicos acadêmicos, e assim por diante. Estudar os meios de comunicação de massa, ou mídia *tradicional*¹⁹, significa, portanto, estudar como eles recebem, interpretam, internalizam, disseminam e parafraseiam esses discursos primários; trata-se, sobretudo, de analisar a recepção desses discursos primários e os efeitos que produzem nos próprios meios de comunicação.

Embora seja praticamente impossível mensurar o impacto de qualquer discurso midiático sobre o público, é igualmente inegável que as crenças econômicas neoliberais permearam gradualmente a mídia e a percepção pública. O termo “crescimento” é um exemplo disso. O que era considerado “bom para o crescimento” nas décadas de 1960 e 70 referia-se a produtos lácteos dados a crianças. O termo “*crescimento*” (*croissance*), com seu artigo definido “o”, assumiu um significado exclusivamente econômico desde as décadas de 1980 e 90. Ele nunca é questionado na mídia e não precisa mais ser qualificado para ser compreendido em seu sentido econômico. Eis um exemplo do episódio do “lucro inesperado” durante o governo Jospin: o discurso midiático da época questionava o que deveria ser feito com o superávit orçamentário nas finanças públicas.

L'Expansion, 14/09/2000, editorial:

“Todo mundo quer uma fatia do bolo do crescimento.”

Este exemplo ilustra uma característica fundamental do discurso neoliberal na mídia: o colunista assume, sem qualquer mandato, o papel de porta-voz da opinião pública (“todo mundo”) e atribui a ela um desejo (“quer”). Essa ventriloquia, e sua repetição ao longo de vários dias consecutivos²⁰, constitui manipulação, ou seja, “a redução mais completa possível da liberdade do público de discutir ou resistir ao que lhe é apresentado” (Breton, 1997, p. 24). Ao bombardeá-los com o que se supõe que já pensem — uma representação preexistente —, nega-se ao público a capacidade de formar sua própria opinião. Formas delocutivas como “todo mundo” permitem,

¹⁹ Existem, naturalmente, publicações e meios de comunicação não neoliberais, mas estes são marginais em comparação com os “meios de comunicação tradicionais” (ver Duval, 2000 e Cagé, 2015).

²⁰ Para uma série de exemplos quase idênticos do mesmo período: T. Guilbert, 2014.

por meio do mesmo movimento discursivo, que a manipulação seja ocultada, ao mesmo tempo que se compartilha a responsabilidade pela mensagem com o leitor (Guilbert, 2007, 2011, 2020a, *op. cit.*).

Discurso neoliberal na mídia

Ainda resta demonstrar como o neoliberalismo conseguiu, de forma sistemática, apresentar-se na mídia. Alguns elementos, no entanto, estão bem documentados (Oreskes & Conway, *op. cit.*). Os neoliberais do pós-Segunda Guerra Mundial, por exemplo, parecem ter tido como objetivo dominar os meios de comunicação e influenciar a opinião pública por meio de mensagens simples. Lippmann escreveu uma coluna popular, *T&T (Today and Tomorrow)*, a partir de 1931, durante cerca de cinquenta anos, no *New York Herald Tribune*; os romances de Ayn Rand, figura neoliberal e libertária, desfrutaram de imenso sucesso nos Estados Unidos; e Milton Friedman, uma das principais figuras do neoliberalismo americano, tem:

“Ele usou livros de divulgação científica, jornais e periódicos, programas de rádio e televisão para disseminar suas ideias [...] trata-se, acima de tudo, de uma cruzada ideológica e política que Friedman vem travando desde o início de sua carreira” (Dostaler, 2004, p. 77).

Como aluna de Milton Friedman na Universidade de Chicago, e ao relatar uma memória pessoal, S. Zuboff fornece um elemento crucial sobre a concepção de democracia de Friedman: ela o descreve como “um educador incansável, convicto de que a ação legislativa e jurídica reflete sistematicamente a opinião pública da geração anterior”. Seu projeto era persuadir a geração a quem se dirigia e, de forma mais ampla, a opinião pública, “por meio de inúmeros artigos, livros e programas populares de televisão” (Zuboff, *op. cit.*, pp. 688-689) e, sobretudo, incorporar a sociedade neoliberal que promovia ao sistema jurídico. A autora acrescenta uma declaração semelhante de Hayek em uma entrevista de 1978: “Eu trabalho com a opinião pública. Nem sequer acredito que, enquanto ela não mudar, a reforma jurídica possa melhorar alguma coisa [...], o essencial é mudar as opiniões²¹”.

Esses exemplos confirmam o papel da opinião pública na mídia, já presente na obra de Lippmann: conquistar a opinião pública é o primeiro passo essencial rumo à nova sociedade; precede as mudanças legais e, portanto, o discurso é crucial nessa luta ideológica. Para esses neoliberais, a opinião pública deve ser fabricada por meio

²¹ F. Hayek, entrevista concedida a Robert Bork, Centro de Pesquisa de História Oral, Universidade da Califórnia, Los Angeles, 4 de novembro de 1978, citada em S. Zuboff, *op. cit.*, p. 689.

de um discurso adaptado à mídia de massa. É evidente que, para eles, o discurso não apenas acompanha as políticas neoliberais: ele deve precedê-las e moldá-las para tornar as decisões políticas e legais aceitáveis. O discurso na mídia de massa é os *atos essenciais* dessa batalha de ideias, em outras palavras, são concebidos por esses dois líderes como atos capazes de constituir uma forma de aceitabilidade (Faye, *op. cit.*, p. 226) — isto é, como capaz de estabelecer as condições para a aceitação da doutrina neoliberal pela população. O discurso neoliberal, concebido desde o seu início como uma reação ao avanço das ideias sociais, é, portanto, uma vasta campanha de comunicação dirigida à população: baseia-se essencialmente nos meios de comunicação de massa e utiliza as técnicas de “fabricação de consenso”. Uma dessas técnicas é a narrativa desta nova sociedade; uma narrativa que deve ser absorvida, reformulada e parafraseada pelos meios de comunicação. A seguinte observação de Jean-Pierre Faye parece particularmente aplicável ao discurso neoliberal e às suas variantes (os seus “desvios narrativos”): “No campo onde os desvios narrativos se deslocam, o que se torna visível é que o efeito narrativo é um motor da ação” (*ibid.*, p. 66). Os desvios narrativos da narrativa neoliberal constroem uma imagem ideológica do mundo²², que por sua vez influencia as percepções públicas. No entanto, um ponto deve ser enfatizado: como demonstram os exemplos de Friedman e Hayek, fabricar consenso não é o objetivo final dos neoliberais, mas sim o meio essencial para garantir que a doutrina neoliberal seja, em *última instância, consagrada* no sistema jurídico de um país.

Os meios de comunicação, por sua vez, são concebidos aqui como vetores, agentes transmissores, meios de disseminação em massa desses discursos. Mas há mais: se aceitarmos que o discurso neoliberal é concebido e produzido, desde os escritos de Lippmann, no próprio âmbito dos meios de comunicação, podemos deduzir que ele é construído *em, para e de acordo com* o meio de comunicação de massa em que aparece. Esclarecerei este ponto importante recorrendo a Roland Barthes. Se “proferir um discurso” é “adotar um discurso que já foi dito e ouvido mil vezes (um discurso banal), como se o estivesse inventando, com a convicção da primeira vez”, é também “investir em um discurso” e “ser investido por um discurso”, é “receber ordens de uma fraseologia” (Barthes, 2002, p. 196). Assim, as condições de produção de um determinado meio moldam o discurso que é promulgado nele. Um editorial neoliberal de jornal não é o mesmo que um editorial neoliberal de rádio, que por sua vez não é o mesmo que uma transmissão televisiva neoliberal. No entanto, os três pertencem ao mesmo discurso (à mesma formação discursiva), a um conjunto de produções verbais que possuem características neoliberais comuns, mas reformuladas de acordo com o meio em que são veiculadas. E, por sua vez, o

²² É o caso da introdução de *La Cité libre*, de Lippmann, que apresenta uma narrativa do mundo através do referente flutuante “nosso tempo” (T. Guilbert, 2023, *op. cit.*).

discurso neoliberal age sobre os meios de comunicação (e seus profissionais) nos quais se materializa, impondo, por exemplo, restrições de programação (colunas e programas econômicos, número e duração dos anúncios, seleção e tratamento das notícias etc.). Essa mimetização, essa homotopia — no sentido de que esse discurso se forma diretamente dentro dos meios de comunicação, ou seja, no ambiente em que aparece — e a influência recíproca progressiva do discurso neoliberal sobre os meios de comunicação explicam, em parte, por que ele passa despercebido: adapta-se constantemente aos meios de comunicação e adapta os “novos” meios de comunicação dos séculos XX e XXI à sua própria imagem.

Assim, para retornarmos às origens do neoliberalismo, devemos considerar as novas oportunidades de moldar a opinião pública que se desenvolveram nas décadas de 1920 e 1930. Apenas alguns anos antes do Colóquio Walter Lippmann, ocorreram dois avanços tecnológicos significativos na mídia de massa: a radio-difusão e, posteriormente, o cinema falado. Ambos funcionaram como uma nova extensão dos nossos sentidos e se basearam na voz, um canal de disseminação novo e particularmente sensorial e sugestivo²³.

Para ilustrar essa relação homotópica entre mídia e discurso neoliberal, apresentamos dois exemplos da França e um dos Estados Unidos. Na década de 1970, a cobertura midiática, via televisão, de Valéry Giscard d’Estaing, apresentado como a própria personificação da “nova arte de governar” (Foucault, *op. cit.*, p. 151) e a modernidade — *tropos neoliberais* que ecoam na cobertura de sua morte em 2020 — não é acidental em um momento em que é óbvio para todos que “a telinha está ganhando popularidade generalizada nos lares franceses²⁴”. Da mesma forma, o uso da figura de Yves Montand, um homem conhecido por suas visões de esquerda, abraçando a doutrina neoliberal durante o programa “*Vive la crise!*” em 22 de fevereiro de 1984, transmitido ao vivo pelo canal público de televisão *Antenne 2*, não é um discurso teórico: se encaixa perfeitamente no formato televisivo da época²⁵.

Nos Estados Unidos, Edwin Feulner, um dos fundadores e presidente da *Heritage Foundation* (1973-1977) — um influente *think tank* e grupo de *lobby* financiado pelos magnatas da imprensa Edward Noble e Richard Mellon — sugeriu a Reagan que escrevesse “*testes de maleta*”, mensagens simples, facilmente identificáveis e de fácil disseminação para a mídia (Dezalay & Garth, 1998, p. 11). Na

²³ O rádio, muitas vezes controlado na época pelo poder político, é um meio de comunicação de massa particularmente adequado à sugestão: “O rádio toca as pessoas em sua intimidade. É uma relação interpessoal, que abre um mundo de comunicação entre o autor-falante e o ouvinte. Esse é o lado direto do rádio. É uma experiência privada” (McLuhan, *op. cit.*, p. 345).

²⁴ Disponível em: <https://www.europe1.fr/medias-tele/comment-valery-giscard-destaing-a-transforme-le-rapport-des-presidents-aux-medias-4009719>, acessado em 14 de abril de 2021.

²⁵ Disponível em: <https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/video-le-22-fevrier-1984-yves-montand-presentait-vive-la-crise-a-la-tele-7781997806>, acessado em 14 de abril de 2021.

introdução de *A Marcha da Liberdade*, em 1998 — um título que dialoga com *O Caminho da Servidão*, de F. Hayek (1944) — ele escreveu:

“Um objetivo consciente da *Heritage Foundation* era ter uma presença permanente em Washington. Nós nos esforçamos para tornar as ideias conservadoras não apenas respeitáveis, mas também convencionais. Para definir os termos do debate político nacional. Para oferecer [...] alternativas positivas e práticas de livre mercado às políticas liberais fracassadas da velha ordem²⁶”.

Portanto, parece que as mensagens neoliberais dirigidas à população são concebidas *nos* meios de comunicação em que aparecem, pelos meios de comunicação e para os meios *de* comunicação.

O que o neoliberalismo faz com a mídia

Embora o discurso neoliberal influencie a programação e o próprio discurso da mídia, ele também altera a estrutura do cenário midiático. Portanto, uma evolução econômica relativamente recente da mídia deve ser adicionada a esse quadro. Da década de 1990 até os dias atuais, os efeitos do discurso neoliberal na mídia tornaram-se cada vez mais pronunciados, à medida que grandes grupos de mídia pertencentes a multinacionais foram formados por meio de consolidações monopolistas. Um dos efeitos dessas consolidações foi a redução do número de jornalistas de campo e da diversidade de perspectivas na mídia tradicional²⁷ (Cagé, *op. cit.*). Esses meios de comunicação adotam mais facilmente os discursos originais dos órgãos que Pierre Bourdieu designa, de certa forma à maneira de Bernays, como o “verdadeiro governo mundial invisível”, ou seja, “as grandes empresas multinacionais e seus conselhos de administração internacionais, as grandes organizações internacionais, OMC, FMI e Banco Mundial com múltiplas subdivisões [...], e todas as realidades, comissões e comitês correspondentes de tecnocratas não eleitos” (Bourdieu, *op. cit.*, p. 88). Essa “reestruturação” em curso coloca os meios de comunicação sob o domínio de grandes grupos internacionais que integraram os *principais discursos neoliberais* e, de fato, controlam os *discursos secundários* dirigidos ao público:

“Através do poder quase absoluto que exercem sobre os principais grupos de comunicação [...] esses novos senhores do mundo tendem a concentrar todos os poderes, econômicos, culturais e simbólicos [...] são, assim, capazes de impor

²⁶ Site oficial da *Heritage Foundation*: <https://www.heritage.org/staff/edwin-feulner>, acessado em 14 de abril de 2021.

²⁷ Para um exemplo mais recente, veja Halimi e Rimbart (2021).

amplamente uma visão de mundo de acordo com seus interesses. [...] Embora não sejam, estritamente falando, os produtores diretos, [...] os principais grupos de comunicação contribuem de forma decisiva para a circulação quase universal da doxa invasiva e insinuante do neoliberalismo, cuja *retórica deve ser analisada em detalhe*” (*ibid.*, p. 89, *itálico no original*).

O papel constitutivo do discurso dos meios de comunicação de massa na imposição de “uma visão de mundo de acordo com seus interesses” é, portanto, central, como Lippmann, Bernays, Hayek e Friedman, entre outros, já haviam compreendido.

Portanto, parece importante situar essa fabricação do consentimento dentro do que Foucault chama de “governamentalidade neoliberal”. É verdade que Foucault subestimou a importância de Lippmann para o neoliberalismo ao dedicar-lhe apenas algumas linhas e ao observar, a respeito de *A Cidade Livre*:

“Um livro curioso, porque, por um lado, retoma, de fato, sob a forma de uma simples reativação, as teorias do liberalismo clássico, mas também, de diversas maneiras, apresenta elementos que fazem parte do neoliberalismo.” (Foucault, *op. cit.*, p. 138).

A concepção vertical de democracia e comunicação de Lippmann não é incompatível com o conceito de governamentalidade de Foucault; muito pelo contrário. Segundo Foucault, a governamentalidade é uma forma de poder que emergiu no final do século XVIII e se desenvolveu com mais força após a Segunda Guerra Mundial (Foucault, 1998). 2004a). Essa forma de poder se aproxima da concepção de Lippmann, pois busca “guiar a conduta” da população, direcionar o comportamento. A governamentalidade é um poder que não se apresenta como tal; ela se baseia na normalização da conduta, ou seja, na força coercitiva da norma, notadamente forçando o desvio à conformidade com a norma. Essa força coercitiva é ainda mais eficaz porque não se revela como tal; ela se apoia na autoevidência da norma, valendo-se do normal: “O normal vem primeiro, e a norma é deduzida dele”, como explica Foucault. Em sua palestra de 25 de janeiro de 1978 (*ibid.*), Guilbert afirma que a “principal forma de conhecimento” da governamentalidade é a economia política, cujo “alvo principal” é a população. Para orientar a conduta, ela desenvolve “toda uma série de aparatos governamentais específicos” (*ibid.*) que implementam ou promovem normas e preceitos normativos. Considero que os meios de comunicação dominantes pertencem a esta última categoria; eles são aparatos específicos da governamentalidade neoliberal (Guilbert, 2020b, pp. 179-204). A mídia dominante e o discurso jornalístico são, ao mesmo tempo, o receptáculo do discurso primário (a principal forma de conhecimento) e o produtor-disseminador

do discurso secundário direcionado à população com o objetivo de influenciar o comportamento. Esses discursos midiáticos, saturados de publicidade (direta, indireta e disfarçada) e vários incentivos (inserção de produtos em filmes e séries, *incentivo* e manipulação do “excedente comportamental”²⁸ em plataformas), e esses discursos jornalísticos de massa que definem a normalidade, conseguem estabelecer esse discurso doutrinário neoliberal e impulsionado pela austeridade como um dado adquirido, como uma visão de mundo “normal”, no sentido foucaultiano. Se a governamentalidade não impõe pela força, mas se baseia no *que parece normal* para normalizar comportamentos, então minha hipótese é que a normalidade neoliberal e impulsionada pela austeridade, apresentada nos discursos jornalísticos e da mídia de massa, resulta na produção de injunções normativas que “agem implícita e explicitamente, mais ou menos diretamente, sobre os comportamentos econômicos dos atores sociais” (Guilbert & Lebaron, 2017, p. 221), mas também sobre suas representações econômicas, políticas e sociais, e sobre as formas de subjetivação, particularmente relacionadas à identidade (Laurent, *op. cit.*).

Para concluir provisoriamente

A hipótese desenvolvida neste capítulo é que, desde suas origens, a governamentalidade neoliberal tem utilizado o discurso da mídia de massa como um “fabricante de consenso” para a população. Presente nas obras de Lippmann²⁹, e certamente em suas colunas no *T&T*, e retomada após a guerra por proponentes do neoliberalismo como Friedman e Hayek, essa concepção vertical de democracia atribui *aos líderes* o papel de dirigir as massas. Isso envolveu a implementação de uma estratégia de comunicação para o poder (econômico), nascida de uma reação existencial de proteção à emancipação das “massas” e ao declínio do liberalismo, e voltada para garantir a aceitação da agenda neoliberal. A integração da mídia de massa e sua profunda alteração permitiram que o discurso neoliberal governasse a população, vinculando sua concepção de democracia à sua concepção de economia impulsionada pela austeridade.

De acordo com essa hipótese, existem dois tipos principais de discurso neoliberal: o discurso *primário* das principais organizações neoliberais, dirigido aos poderes políticos e midiáticos, e o discurso *secundário* da mídia de massa, que parafraseia o primeiro e se dirige ao público em geral. Além de assegurar sua ampla disseminação, as instituições midiáticas dominantes — aparatos específicos

²⁸ O termo é de S. Zuboff, *op. cit.* Refere-se a todas as informações sobre nós mesmos que deixamos para trás durante nossas buscas e uso de plataformas de internet, que são então coletadas, processadas e revendidas a anunciantes que influenciam nosso comportamento oferecendo-nos produtos personalizados. Nudging é a técnica de influenciar o comportamento do usuário sugerindo uma ação.

²⁹ *Opinião Pública* (1922), *O Público Fantasma* (1925) e *A Cidade Livre* (1938).

da governança neoliberal — conferem a esses discursos secundários uma forma de legitimidade e normalidade que facilita sua aceitação e internalização pela população.

O entrelaçamento do discurso neoliberal com o discurso midiático dirigido ao público não é, portanto, accidental. Sejam os meios de comunicação tradicionais ou “sociais”, as mídias de massa são seus vetores, transmitindo-o num sentido quase médico ou epidemiológico. Ao aprofundarmos a lógica desse entrelaçamento, surge uma nova hipótese: a de que o discurso neoliberal assume a forma do meio em que é apresentado; em outras palavras, que ele toma forma — formas diferentes — em cada meio e de acordo com cada meio. Essa adaptação ao ambiente de percepção reforça sua invisibilidade midiática, sua obviedade discursiva e sua capacidade de condicionar o público.

O discurso neoliberal adquire, assim, um segundo nível de autoevidência: a autoevidência discursiva é reforçada por uma autoevidência comunicacional específica da mídia. Os efeitos da imposição simbólica, os efeitos do significado no discurso midiático neoliberal, são ainda mais eficazes porque, como todas as verdades autoevidentes, são percebidos sem serem notados. (Guilbert, 2007, 2011, 2014, 2020a, *op. cit.*). A cada “crise”, o discurso midiático impulsionado pela austeridade se apresenta como natural, normal e autoevidente; a cada “crise”, dramatiza a situação e se apresenta como a única solução possível; a cada “crise”, busca normalizar o comportamento (LIGNES, 2009). E a cada vez, por meio de um efeito de catraca, reforça a percepção de autoevidência das representações neoliberais e sua institucionalização nos sistemas jurídicos.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER Louis, « Idéologie et appareils idéologiques d’État. Notes pour une recherche ». In: ALTHUSSER Louis, **Positions**, Paris: éditions Sociales, 1976. p.67-125.

AUDIER Serge, **Le Colloque Walter Lippmann. Aux origines du « néo-libéralisme »**, Paris: Bord de l’eau 2009/Apple Books, 2021.

BARBIER Frédéric et BERTHO-LAVENIR Catherine, **Histoire des médias, de Diderot à Internet**. Paris: Armand Colin, 1996.

BARDINI Thierry, Entre archéologie et écologie. Une perspective sur la théorie médiatique. **Multitudes**, n.62, p.159-170, 2016.

BARTHES Roland, Tenir un discours, séance du 12 janvier 1977. In: BARTHES Roland, **Comment vivre ensemble. Cours et séminaires au Collège de France 1976-1977**, texte établi, annoté et présenté par C. Coste. Paris: Seuil IMEC, 2002, p.187-198.

BERNAYS Edward, **Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie**. Paris: La découverte, [1928], 2007.

BRETON Philippe, **La parole manipulée**. Paris: La Découverte, Poche essais, 1997.

CAGÉ Julia, **Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie**. Paris: Seuil, 2015.

CHAMAYOU Grégoire, **La société ingouvernable. Une généalogie du libéralisme autoritaire**. Paris: La fabrique, 2018.

BOURDIEU Pierre, **Contre-feux 2**. Paris: Liber-Raisons d'agir, 2001.

CHARON Jean-Marie, **Les médias en France**. Paris: La découverte, 2003.

CITTON Yves, **Médiarchie**. Paris: Seuil, 2017.

DARDOT Pierre, Le capitalisme à la lumière du néolibéralisme. **Raisons politiques**, n.52, p.13-22, 2013.

DENORD François, **Le néo-libéralisme à la française. Histoire d'une idéologie politique**. Réédition revue. Marseille: Agone, [2007], 2016.

DEZALAY Yves & GARTH Bryant, Le "Washington consensus". Contribution à une sociologie de l'hégémonie du néolibéralisme. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.121-122, p.3-22, 1998.

DOSTALER Gilles, **Alternatives économiques**, n.228, p.76-78, sept. 2004.

DUVAL Julien, Le journalisme à l'économie. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.131-132, p.56-75, 2000.

FAYE Jean-Pierre, **Introduction aux langages totalitaires. Théorie et transformation du récit**. Paris: Le livre de poche, 2003.

FEHER Michel, **Le temps des investis. Essai sur la nouvelle question sociale**. Paris: La découverte, 2017.

FOUCAULT Michel, **Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France. 1977-1978**. Paris: EHESS/Gallimard, Seuil, 2004a.

FOUCAULT Michel, **Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France. 1978-1979**. Paris: EHESS/Gallimard-Seuil, Leçons des 14 et 21/02/1979, 2004b.

GUEX Sébastien, La politique des caisses vides. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n.146-147, p.51-61, 2003.

GUILBERT Thierry, **Le discours idéologique ou la force de l'évidence**. Paris: L'Harmattan, 2007.

GUILBERT Thierry, **L'« évidence » du discours néolibéral. Analyse dans la presse écrite**. Broissieux: Croquant, 2011.

GUILBERT Thierry, La “mise en évidence” du discours économique par la presse écrite, dans M. Temmar, J. Angermuller, F. Lebaron, **Les discours sur l'économie**, Paris: PUF, p.148-149, 2014.

GUILBERT Thierry, Leonarda, le Président et les médias. Communication politico-médiatique et représentations identitaires à propos des Roms. Dans F. Hailon, A. Richard, N. Guellil (éd.), **Discours politiques identitaires dans les médias**. Paris: L'Harmattan, p.77-108, 2015.

GUILBERT Thierry, **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: UNICAMP, (traduction de T. Guilbert 2007), 2020a.

GUILBERT Thierry, Foucault, le discours et la gouvernementalité néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Foucault face à la norme**. Paris: Mare & Martin, p.179-204, 2020b.

GUILBERT Thierry, Narrations croisées de la “crise grecque”: comment le rappel à la norme budgétaire a rétabli l'hégémonie néolibérale. Dans J. Guittard, É. Nicolas, C. Sintez (éd.), **Narrations de la norme**. Paris: Mare & Martin, p.171-200, 2021.

GUILBERT Thierry, L'articulation du récit idéologique et de l'éditorial dans l'introduction de *La Cité libre* de Walter Lippmann. **Langage et Société**, n°178, p.139-159, 2023.

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 et Société**, n°160-161, p.217-235, 2017.

GUILHAUMOU Jacques, Percevoir et traduire la violence verbale du peuple. De l'Ancien Régime au XIX^e siècle. In: CLAUDINE M., NATHALIE A., FRACCHIOLLA B., SCHULTZ-

ROMAIN C. org.). **De l'impolitesse à la violence verbale**, t. 2, Paris: L'Harmattan, 2008.

HALIMI Serge et RIMBERT Pierre, Comment Donald Trump et les médias ont ravagé la vie publique. **Le Monde diplomatique**, mars 2021.

KRÄMER Sybille, Was haben die Medien, das Computer und die Realität miteinander zu tun? In: **Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitvorstellungen und Neue Medien**, Francfort-sur-le-Main: Suhrkamp, 1998.

LANDOWSKI Éric, **La société réfléchie**. Paris: Seuil, 1989.

LAURENT Sylvie, **Pauvre petit blanc. Le mythe de la dépossession raciale**. Paris: éditions de la MSH, 2020.

- LIGNES, De la crise comme méthode de gouvernement, n.30, 2009, <http://www.cairn.info/revue-lignes-2009-3.htm>
- LIPPMANN Walter, **Public Opinion**. Classic Books America, [1922], 2009.
- LIPPMANN Walter, **La Cité libre**. Paris: Les Belles Lettres, [1938], 2011.
- MANDER Jerry, Les technologies au service de la mondialisation. In: GOLDSMITH E. & MANDER J. (org.). **Le procès de la mondialisation**. Paris: Fayard, 2001, p.99-114.
- MARIGNIER Noémie, Pour l'intégration du concept d'*agency* en analyse du discours. **Langage et Société**, n.170, p.15-37, 2020.
- MATTELART Armand, **La communication-monde, Histoire des idées et des stratégies**. Paris: La Découverte, 1992.
- MC LUHAN Marshall, Pour comprendre les média. Paris: Seuil, [1964], 1976.
- MILANESE Arnaud, **Walter Lippmann, d'un néolibéralisme à l'autre. Changement social et leadership libéral**. Paris: Classiques Garnier, 2021.
- ORESQUES Naomi & CONWAY Erik M., **Le grand mythe. Comment les industriels nous ont appris à détester l'État et à vénérer le libre marché**. Paris: Les liens qui libèrent, 2023.
- ORTEGA Y GASSET José, **La révolte des masses**. Paris: Les Belles Lettres, [1926], 2010.
- PERRENOT Pauline, **Les médias contre la gauche**. Marseille: Agone, coll. Contre-feux, 2023.
- RANCIERE Jacques, **La haine de la démocratie**. Paris: La Fabrique, 2005.
- RIUTORT Philippe, **Sociologie de la communication politique**. Paris: La Découverte, 2007.
- STIEGLER Barbara, « **Il faut s'adapter** ». **Sur un nouvel impératif politique**. Paris: Gallimard, NRF éditions, 2019.
- TOUSSAIN Éric, Mondialisation des inégalités et offensive néolibérale. In: TOUSSAIN Éric, **La finance contre les peuples. La bourse ou la vie**. Paris: Syllepse-CETIM-CADTM, p.31-66, 2004.
- VARGAS LLOSA Mario, **Temps sauvages**. Paris: Gallimard, 2021.
- ZINN Howard, **Une histoire populaire des États-Unis**. Marseille: Agone, 2002.
- ZUBOFF Shoshana, **L'Âge du capitalisme de surveillance**. Paris: Zulma, 2020.

THE DIFFUSION OF “ECONOMIC LOGIC”: PATTERNS AND DIVERSIFICATION IN THE BRAZILIAN MARKET OF OPINIONS

Allana MEIRELLES*

ABSTRACT: This article examines economist-columnists and their editorial investments, in order to comprehend the diffusion and legitimation of economic doxa, the differentiation of publication profiles in correlation with the agents’ positions in the field of power and in the market of opinions, as well as the possibilities for intellectual pretension and symbolic profits. To this purpose, the analysis includes 33 economist-columnists who wrote for Brazil’s leading newspapers – Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo, and O Globo – between 2014 and 2022. The research is based on prosopography and qualitative analysis of the paratexts from the 160 books published by these economists after the 2000s.

KEYWORDS: Economists. Experts. Economic Journalism. Intellectuals. Publishing Market.

The presence of economists and the reproduction of economic *doxa* in newspaper pages has been the subject of analysis in sociological research. This includes the consolidation of economists as ruling elites (Loureiro, 1997; Klüger, 2017); the consolidation of the expertise model in politics and public intervention spaces (Dezalay & Garth, 2000; Sapiro, 2009; Eyal & Buchholz, 2010; Meirelles, 2021); and the development of economic journalism (Abreu, 2003; Duval, 2004; Pedroso, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso & Undurraga, 2019; Meirelles & Chiaramonte, 2020). Perissinotto *et al.*, 2024) made the theme central to understanding power and domination relations, as well as changes in practices and forms of legitimation in the field of power, in the university, in the press, and in public debate more generally.

While some research emphasizes the discourses and strategies of economists, relating them to their trajectories, positions in the field of power, and ideological

* Ph.D. in Sociology from the University of São Paulo (USP) and the École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Professor in the Department of Social Sciences at UNESP, Araraquara campus. <https://orcid.org/0000-0001-9925-8965>. allana.meirelles@unesp.br

inclinations (Loureiro, 1997; Klüger, 2017; Jardim; Moura, 2021); others focus on the characteristics of journalists, their relationships with economists, and the logics of this subfield¹ of journalism (Duval, 2004; Neiburg, 2004; Puliti, 2009; Pedroso, 2015; Undurraga, 2016; Pedroso; Undurraga, 2019; Meirelles; Chiaramonte, 2020; (Perissinotto *et al.*, 2024). In general, these studies have demonstrated the financialization of news reporting; the predominance of more orthodox perspectives in economic coverage in Brazil; the heteronomy of journalism, especially in the economics section; the homologous relationships between journalists and their sources (economists); and the formation of an epistemic community (*Ibid.*). Furthermore, they emphasize the claim, by these agents, of specialized technical knowledge that presents itself as neutral, non-ideological, and seeks to be recognized as the only one capable of guiding political and economic debates (Klüger, 2015; Perissinotto *et al.*, 2024).

In dialogue with these investigations, this article goes beyond the relationship between the space of economists and journalism, incorporating the intersection established with the publishing market. In this sense, it seeks to understand: 1) the diffusion and legitimation of discursive patterns by economists; 2) the differentiation of editorial publication profiles in correlation with positions in the field of power and in the opinion market² (Meirelles, 2021, 2025); 3) the possibilities of intellectual pretension and the symbolic gains of these editorial investments. This analysis allowed us to identify the double game of economist-columnists-writers, who oscillate between, on the one hand, the mobilization of calculations, of mathematical orthodoxy, of the image of technicians, and, on the other hand, the effort to distance themselves from the label of “technocrats” and gain recognition as “intellectuals,” “thinkers,” and/or as clear and accessible communicators. In this sense, a division of labor was also observed among these agents, contributing to the symbolic effectiveness in the dissemination of “economic logic.”

This article is based on an analysis of 33 economists who worked as columnists for the three main general-interest newspapers in Brazil—*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, and *O Globo*—between 2014 and 2022 and who published books after the year 2000. The following criteria were adopted for selecting the corpus: 1) having written a regular column in the newspapers during the aforementioned period, excluding those who only began writing in 2022 and those who remained with the newspapers for periods of less than one year, in order to retain only those with the greatest dedication to the activity during the eight-year period; 2) having some stage of training in Economics³ and specific experience in the field, so as not

¹ The notion of a subfield of journalism was developed by Marchetti, 2005.

² For an understanding of the structure and dynamics of the opinion market, see Meirelles, 2021, 2025.

³ The exception was Henrique Meirelles, who has a degree in Engineering, but held positions such as Minister of Finance and president of the Central Bank.

to include economics journalists (even if they work as columnists in the area or have some associated training). Based on these parameters, we arrived at 45 names. No books published between 2000 and 2025 were found for 12 of these individuals, who were therefore excluded from the corpus in order to arrive at the intended set: that of economist-columnist-writers.

These economists stand out for their regular (weekly, bi-weekly, or monthly), authorial (they sign the columns and do not appear merely as sources to be cited and edited by journalists), and prestigious presence (given the status of the space in the hierarchy of the newspaper's sections) in the press. Their participation in public debate, therefore, is not subject to the direct selections of journalists (Undurraga, 2017), with whom they establish alliances, but they also rival, albeit indirectly, since they compete for positions and legitimacy in the opinion market (Meirelles, 2021, 2025).

This article is based both on the prosopography of the agents—with the collection of data on positions in the field of power, in the press, and in the publishing market—and on the qualitative analysis of the texts present on the back covers, flaps, and synopses⁴ of all books published by the authors from 2000 to 2025. A total of 160 titles were found (12 of which had two or more of the analyzed agents as co-authors). Focused on attracting the public, the selected sections become a fruitful analytical material since they illustrate, in a synthetic yet elucidative way, the strategies for presenting the works, but also those of the agents themselves, indicating the games in which they are involved by offering clues to the ways in which they construct their authority and legitimacy. In these sections, the authors have the opportunity to say “what they do” (Le Bart, 1998) or to delegate this task to a prestigious figure capable of transferring legitimacy. The so-called “paratext” “labels the text, defines it, classifies it by reference to a genre; it inscribes the text in a communication scheme, saying at once for whom and why the text exists, to whom it is addressed and how it should be read” (Le Bart, 1998, p. 77).

The analysis of the texts consisted of selecting and comparing the excerpts that emphasized: 1) the style of the publications, such as the forms of substantiation (statistical, historical, philosophical analyses, accounts of life experiences, etc.) and the intended language (accessible, erudite, technical, etc.); 2) the credentials and characteristics of the authors highlighted; 3) third-party comments on the works and authors, identifying the areas of activity (journalism, politics, economics, etc.) of these figures and the intended clientele.

In the first part of the article, I present the discursive patterns and relate them to the predominant prosopographical data among the agents analyzed,

⁴ For the collection of synopses, the *Amazon website* and the respective publishers' websites were consulted primarily.

highlighting investments in defining the “public debate” and, consequently, in the direction of the country (not exclusively in the economic area). In the second part, I outline the distinctions identified among the economist-columnists, both in positional terms and in the ways of legitimizing their positions and their presence in the opinion market, highlighting the names that have published more than 10 books. In this part, the empirical evidence allowed for a discussion about the ways in which indicators and symbols of intellectuality are mobilized, which contribute to the circulation, legitimation, and crystallization of *doxa*. (Bourdieu, 1996a) economic as well as economist-columnists as “men of knowledge” and “men of power” (Le Bart, 1998).

“Economic logic” is contesting the public debate.

A fundamental analysis of Brazil’s economic situation, with proposals and solutions amidst the crisis the country is going through. The failure of the economic policies of the Workers’ Party governments and the subsequent bankruptcy of the State paved the way for the adoption of a liberal agenda. The old division between right and left belongs to the past. The debate today is between interventionism and liberalism. This book arrives at an opportune time. It provides an excellent diagnosis of the gravity of the situation we are experiencing in different areas of our economy. It is not merely a snapshot of this moment of crisis. It offers the reader the history of public policies after democratization, their errors and, to a lesser extent, some of the successes that have brought us to this point. It is essential reading in this context because, in addition to a careful analysis of the advances and setbacks of recent decades, it accepts the challenge of proposing solutions to overcome the middle-income trap and to recover lost time⁵.

The synopsis illustrates the presentation pattern of most works published by economist-columnists or author-actors (Le Bart, 1998). In the text and title, the elaborations and emphases are common (albeit with varying degrees of variation): 1) the *setting the agenda* for problems and solutions for and in Brazil; 2) the announcement of new truths, such as “the old division between right and left belongs to the past”; 3) the contrast between past *versus* future, old/archaic *versus* modern/new; 4) the claim of reason and the automatic association between it and “economic logic”; 5) the mobilization of the imperative, whether through verbs occasionally used or through the recurring emphasis on “required reading”⁶.

⁵ *Appeal to Reason: Reconciliation with Economic Logic*, by Fabio Giambiagi and Rodrigo Zeidan, 2018.

⁶ All of these patterns were observed by Pierre Bourdieu and Luc Boltanski in their 1976 text, *The Production of Dominant Ideology*.

Most of the works analyzed deal with the economic situation⁷ or national economic history, with 55 books having some reference to “Brazil” in their titles. The authors thus strive to formulate and reproduce narratives about the country, positioning themselves as privileged interpreters of what they consider to be our problems, their causes, and, even more importantly, the keys to solving them. More or less comprehensive, the works are dedicated to studying themes such as: “development in Brazil,” “economic growth in Brazil,” “fiscal-monetary conflict in Brazil,” “inflation in Brazil,” “agriculture and industry in Brazil,” “the coffee problem in Brazil,” “social security in Brazil,” “securitization in Brazil,” “public policies in Brazil,” “Brazilian education,” etc.

Taken together, the paratexts reveal the modernizing imagination present among the economist-columnists: “this book now delivered to the public offers the attentive reader the 200 best phrases of an eminent phrase-maker, one of the most luminous minds in the history of the nation and, certainly, one of the builders of modern and democratic Brazil”⁸. This dimension is also expressed in the mentions of the “future”, including in the titles of the works: *Errors of the Past, Solutions for the Future: The Legacy of Brazilian Economic Policies of the 20th Century*, by Affonso Celso Pastore; *The Future of a Country Without Science*, by Cláudio de Moura Castro; *The Unfinished Reform: The Future of Social Security in Brazil*, by Fabio Giambiagi and Paulo Tafner; *The Future of Brazil*, organized by Fabio Giambiagi; *Why Does Brazil Grow So Little? Inequality, Democracy and Low Growth in the Country of the Future*, by Marcos Mendes; *The future of industry in Brazil: deindustrialization in debate*, by Monica de Bolle; *A certain idea of Brazil: between past and future*, by Pedro Malan. In these books, the future is debated and contested, as the authors strive to defend reforms, economic adjustments, and changes in the ways the economy is conducted, seeking to provide answers to demographic, technological, national, and environmental changes. The messages have a prophetic tone, from those who hold the keys to survival, well-being, development, and enrichment: “An indispensable read for anyone who wants to understand today’s Brazil and what is needed for a promising future”⁹; “inspires political leaders with the capacity for articulation to face the wear and tear in the name of a better future for all”¹⁰. The idea of necessary and urgent reform is part of the common sense

⁷ Given that the article emphasizes economists who write in major general-interest newspapers, it is not unexpected that current events are the issue prioritized by most of the authors, demonstrating a mutual influence between their columns and books.

⁸ *The Most Realistic Man in Brazil - The Best Quotes of Delfim Netto*, organized by Aristóteles Drummond, 2016.

⁹ *Public Finances: From Creative Accounting to Restoring Credibility*, by Fabio Giambiagi and Mansueto Almeida, 2016.

¹⁰ *Everything About the Public Deficit: A Guide to the Country’s Biggest Challenge for the 2020s*, by Fabio Giambiagi, 2021.

that is reproduced in so-called *neutral spaces*, capable of passing off dominant interests as collective (Bourdieu; Boltanski, 1976; Pinto, 2009). The messages, in general, invoke the lucidity and courage of the author-actors to point out the necessary changes, which, in these discourses, are generally linked to the adoption of the “modernizing” mentalities of the market (Pinto, 2009, p. 54). Furthermore, they utilize the idea of “everyone” or an undefined “we,” seeking to universalize the discourse, the problems, and the solutions (Bourdieu, Boltanski, 1976; Pinto, 2009).

The tone of the excerpts combines with the recurring announcement that the work “mercilessly dismantles myths”¹¹ and opposes “shallow debate, dissociated from facts, prisoner of dogmas”¹². Thus, it seeks to affirm realism, emphasizing the connection with facts, data, and statistics: “Data are subsidies for a critical and rational debate”¹³; “Based on hypothesis testing, and not on the search for isolated facts that support attractive narratives”¹⁴. The “technical” argument—which activates calculation, mathematization, and scientific orientation—sustains the belief in the strictly rational character and crystallizes the “neutral-universal” place of Economic Science, so that political choices are read as the result of technical analyses and decisions (Klüger, 2015, p. 93). The opposition between supposed dogmatists and myth-reproducers *versus* rational, scientifically based technicians contributes to reproducing the economic *doxa*, expressed in this case by the prescription of fiscal adjustment and reduction of public spending.

But while the authors’ technical assertions contribute to their legitimacy in a certain sense, in another, they need to escape the label of “technocrats” or intellectuals confined to the “walls of academia,” highlighting their ability to translate the precepts and logic of economics for the uninitiated. As hybrid agents who also invest in the opinion market (Meirelles, 2021, 2025), they need to combine the “methodological” rigor “of economic theory,” “historical and technical grounding,” “necessary for good statistical practices” with a supposed accessibility, investing in broadening their reach: “An easy, yet profound, read that will certainly provoke good reflections”¹⁵; “It is an easily digestible text that, however, makes no concessions to mental complacency”¹⁶.

In the opinion marketplace, economist-columnists adopt practice modalities characterized precisely by their dialogues with the power structure and by their

¹¹ *Brazil – Roots of Backwardness: Paternalism versus Productivity*, by Fabio Giambiagi, 2017.

¹² *Bitter Lessons – A Provisional History of the Present Day*, by Gustavo Franco, 2021.

¹³ *The Unfinished Reform: The Future of Social Security in Brazil*, by Fabio Giambiagi and Paulo Tafner, 2024.

¹⁴ *Mistakes of the past, solutions for the future: The legacy of 20th-century Brazilian economic policies*, by Affonso Celso Pastore, 2021.

¹⁵ *Complacency – understand why Brazil is growing less than it could*, by Alexandre Schwartzman and Fabio Giambiagi, 2014.

¹⁶ *Brazil – Roots of Backwardness: Paternalism versus Productivity*, by Fabio Giambiagi, 2017.

claim to technical expertise (Meirelles, 2021, 2025). They generally differ from some columnists in the fields of philosophy and social sciences, who are primarily anchored in strictly academic activities, seek to distance themselves from positions of power, and claim critical thinking, historical and philosophical knowledge. The latter are closer to the model of “public intellectual” historically consolidated in Brazil (Pinheiro, 2011; Meirelles, 2021, 2025). Economists also distinguish themselves from journalist-columnists, who base their legitimacy on their careers and internal recognition within journalism, with their column being their main professional activity; and of polemicist columnists and activists, who depend primarily on followers on social media, book sales, and audiences on television and radio channels (Meirelles, 2021, 2025).

In general, the economist-columnist-writers graduated from prestigious universities—such as USP, UFRJ, UnB, UFMG, FGV, and PUC-RJ—mainly between the 1950s and 1980s (21 of the agents studied). Twelve graduated in the 1990s and 2000s. Most have doctorates from institutions in the United States and Europe (16), and a quarter from USP. Three of the agents have only a master’s degree and three only an MBA in finance. The agents are characterized by teaching experience (the majority worked at private colleges, mainly FGV and PUC-RJ, and some taught at public universities); work in political positions and financial institutions (such as the Central Bank, BNDES, World Bank, IDB, and IMF, with some having been Ministers or presidents of the Central Bank and BNDES). Almost half of the agents also worked in private banks. There are figures who have been working as columnists for more than ten years in the newspapers studied, and some names who had columns for periods of one to three years. On social media, economist-columnists are generally not very active. In the publishing market, the majority published up to three books; and the minority published between 4 and 9 or more than 10 books. In addition, 13 authors were finalists or received the Jabuti Prize, mainly in categories related to economics, administration, and business. The data confirm the model careers among economists and elites, marked by multi-positionality (Boltanski, 1973; Klüger, 2017; Perissinotto *et al.*, 2017; Olivieri, 2017). They also demonstrate how the construction of the authority to legislate on social issues is based on links to the field of power—which are not hidden from the paratexts of the books, but rather exalted—as well as on academic and intellectual credentials. Although they maintain a set of affinities that distance them from other models of public intervention, among these economist-columnists, differences in investments and ambitions linked to their positions are also observed, with some agents even adopting more of a polemicist and/or activist stance than that of an expert.

From practical to scholarly: distinctions and recognition.

The body of books written by economist-columnists also reflects a process of diversification within the opinion market, namely in academia, the press, and the publishing market (Meirelles, 2021, 2025); as well as in the financial market (Grün, 2015). Although the economic situation is the main theme, there are authors who also venture into works on economic history and the relationships between economics and philosophy or literature, as well as those who provide financial, investment, and career advice for companies and individuals. Some books focus on the discussion of general public policies, especially in the area of education, from the perspective of economists; others are dedicated to defending more direct ideological positions, such as liberalism, conservatism, privatization, and capitalism itself. In addition, there are tributes to renowned economists, biographical memoirs, anthologies, and fiction. Some publications are compilations of academic articles organized by the economist-columnists, while others are collections of columns published in the press. The more abstract the topics, the more likely the authors are to occupy positions of greater prestige both in the opinion market and within the field of economists themselves. On the other hand, books focused on solving practical problems, especially those of companies and individuals, are generally associated with positions that are less well-funded.

Thus, although the dual approach, between accessibility and technicality, is typical of authors in general, books aimed at businesses and individuals—focusing on business finance, translating economic themes for ordinary people, and offering tips on entrepreneurship and finance—are those where the emphasis on accessibility is even more pronounced. Here, the books are intended as action manuals, and the authors primarily reinforce their practical skills, their grounding in the concrete world, their aptitudes for dealing with everyday problems, their solutions, their mundane experiences, and their detachment from abstractions and coded language (see Table 1).

Table 1 : Examples of books that highlight the ease and accessibility of the work

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Alexandre Schwartzman	<i>Decifra-me ou te devoro</i> [Solve My Riddle or I'll Devour You]	"These are short texts, the language is not at all technical, and the goal is for the reader, at the end of each chapter, to feel comfortable understanding how the economy affects their daily life, and not to see it as an esoteric conversation between experts."
Claudio de Moura Castro	Você sabe estudar? Quem sabe, estuda menos e aprende mais [Do You Know How to Study? Those Who Do, Study Less and Learn More]	"New edition of the book that showed thousands of readers how to learn more effectively — completely revised, updated, and expanded!"

The diffusion of "economic logic": patterns and diversification in the Brazilian market of opinions

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Fabio Giambiagi and Arlete Nese	Fundamentos da Previdência complementar - da administração à gestão de investimentos [Fundamentals of Supplementary Pension Plans - From Administration to Investment Management]	"A guide to understanding supplementary pension plans. Arlete Nese and Fabio Giambiagi recount, in a profound and didactic way, how Social Security originated in Brazil and the world, as well as the evolution and financing methods of retirement schemes. (...) For those who want to prepare for their own future, the authors present the pension and insurance products available on the market and the tax advantages of each. This book helps in understanding the topic of Social Security and makes it clear that it is always necessary to make some sacrifice in the present to guarantee survival in the future."
Roberto Macedo	Economania: 104 dicas de educação financeira para a prosperidade pessoal, familiar e do Brasil [Economania: 104 Financial Education Tips for Personal, Family, and Brazilian Prosperity]	"It's a fundamental book, probably the most complete, given the many subjects it covers, related to the analysis of one of the most important choices of our lives: those focused on saving and investing profitably."
Rodrigo Constantino	Economics of the Individual? The Legacy of the Austrian School [Economia do indivíduo? O legado da Escola Austríaca]	"The aim of this book is to share with the reader the wisdom of the "Austrians" and their main lessons – all through the author's filter, naturally. This work serves as an introduction to the thoughts of the Austrian School, so often ignored in the economic debates of that country. (...) "Economics jargon" has been avoided whenever possible, and the target audience for this book is undoubtedly broader than just economists. It is, after all, a broad defense of individual liberty, so threatened today."
Rodrigo Zeidan	<i>Vida de Rico Sem Patrimônio</i> [Living the Rich Life Without Assets]	"Life of a Rich Man Without Wealth" is a book for those who want to use money as a means to achieve a good life, instead of living in service of accumulating wealth. In practice, this means abandoning several sacred rules embedded in Brazilian patrimonialist culture. Brazil has changed, but the people haven't. We still want security at any cost, we're afraid of losing our jobs, we don't know the value of time or money, nor how to build a long-term strategy. The book proposes a modern and quite simple mental model of personal finance: what matters are flows, not stocks. Assets are irrelevant if they don't generate flows, both for an individual and for a company. Furthermore, expectations are fundamental in decision-making, and past decisions should not influence future decisions. In this way, the future is considered an opportunity and not just a risk."

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Samy Dana and Fabio Souza	Como passar de devedor para investidor: um guia de finanças pessoais [How to Go from Debtor to Investor: A Personal Finance Guide]	“Are you in debt to the bank or credit card company? Do you have other debts that you can’t seem to pay off, even though you have a monthly income? (...) This book was written for people of all ages who would answer “yes” to one or more of these questions. It’s a simple, proven method for improving the management of your personal finances. By following the guidelines in this book, you’ll go from debtor to investor in a short time.”

Source: Prepared by the author.

Promising quick, easy solutions accessible to everyone, the authors of financial and economic advice books for laypeople spread ideological positions, lifestyles, values, and stances, more or less disguised by neutralizing expressions such as “guide,” “tip,” and “manual.”

Of the names listed in Table 1, four are the ones who have published the most books since 2000 among the agents studied. Fabio Giambiagi, author of the largest number of publications (more than 30), invests heavily in the publishing market, organizing collections of articles on diverse topics within the field of economics (public finance, public deficit, reforms, social security, income distribution, demography, productivity, education, etc.), compiling press articles, forming co-authorship partnerships with other economists, and inviting politicians and journalists to write blurbs, back covers, and prefaces. His books stand out for having as their main objective to guide public debate, to convince the reader, seeking to reach economists, decision-makers, but also laypeople. The diversity of his publications ends up encompassing, as in the example cited, practical guides for companies and individuals. A tenured economist at BNDES (Brazilian Development Bank), he has experience in teaching and political positions, but dedicates his extra time primarily to participating in “major debates.” He was a member of the advisory council for the Pension Reform formed by Paulo Guedes in 2018. He has been a columnist for the press for over twenty years, having written for *Valor Econômico* and currently maintaining columns in the newspapers *O Globo* and *O Estado de S. Paulo*.

Economist Claudio de Moura Castro has worked for the International Labour Organization, the World Bank, and the IDB¹⁷. His career is primarily linked to the field of education, having been president of CAPES (Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel) between 1979 and 1982, and for

¹⁷ Some research has highlighted the role of economists and these international organizations – especially the World Bank—in defining the country’s educational policies, with a (neo)liberal orientation (Almeida, 2008; Mello, 2012; Chiaramonte, 2023).

many years acting as an advisor to third-sector organizations and private educational institutions. His publications range from books debating science and education in Brazil to tips on how to conduct research, present scientific papers, and study. There are also books on travel memoirs, tips on furniture making, and how to save the planet by planting trees. He became a columnist for *Estadão* more recently, having written for *Veja* for many years. At *Veja*, Castro became known for his controversial tone and for “apologies” for the private sector in education, having been one of the defenders of the “thesis of the economic elitism of students at public universities” (Mello, 2012, p. 310).

Samy Dana, a graduate of FAAP and PhD from FGV, has never held a position in the state bureaucracy, and his career has been divided between teaching at private colleges, working in private banks, and significant media investments. The economist was a commentator for various media outlets belonging to the *Globo* and *Folha media groups*, as well as *Jovem Pan*. He writes and comments on personal and business finance, offering advice to his readers, both in print and in the publishing market. Finally, Rodrigo Constantino is an economist from PUC-Rio, with an MBA in Finance from Ibmecc. He has experience in private banks, including as an employee of the former Minister of Economy in Jair Bolsonaro’s government, Paulo Guedes. He is intensely dedicated to media debate. Since starting his column in the newspaper *O Globo*, he has worked for various media outlets, most notably *Jovem Pan*, increasingly radicalizing his discourse. *He has had a strong presence on social media, to the point of having his profiles blocked by the Supreme Federal Court (STF) in the Fake News inquiry.* As a liberal-conservative activist and far-right polemicist, his publications target the most direct ideological disputes and operate to spread ultraliberal and conservative ideas, positioning himself as a “warrior for freedom”—as presented in the title of his autobiographical book, *Rodrigo Constantino: Autobiography of a Warrior for Freedom*. Constantino has published more than ten books and is a best-selling author.

Among these names, those that reinforce the representations of scholars and “men of knowledge” stand out. The escape from technicalities, this time, occurs in the name of culture and civilization, of concern with the most universal and noble questions, of distinction from the most ordinary of practices, of the affirmation of brilliant and sophisticated minds, of the cult of pleasure and aesthetic delight, of care for style and form.

Table 2 : Examples of books that highlight the erudition of the author and the work

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Affonso Celso Pastore	Caminhos e descaminhos da estabilização: Uma análise do conflito fiscal-monetário no Brasil [Paths and Pitfalls of Stabilization: An Analysis of the Fiscal-Monetary Conflict in Brazil]	<p>“Paths and Missteps of Stabilization is a work that, in many ways, synthesizes the life and work of Affonso Celso Pastore (1939-2024).”</p> <p>“A work of art. It is not easy to combine practical experience and years in public debate with scientific and academic knowledge in a book that transports us through decades of history and economic policies, gleaned lessons that help us look at the future in a different way.” Ilan Goldfajn</p>
Eduardo Gianetti	Felicidade [Happiness]	<p>“The form of Eduardo Giannetti’s new book perfectly suits the author’s purposes. It is not about defending a point of view, but about highlighting certain issues – fundamental issues, but often forgotten by economics journals. The guiding thread is the Enlightenment – and its promises of happiness – which would bring progress in the sciences and arts, allowing men to exercise broad dominion over nature. (...) To discuss these themes, Giannetti makes use of a varied and extensive bibliography, transposed into the form of a light and fluent dialogue. Like the author’s other books, <i>Happiness</i> is a work that navigates the boundaries between economic discourse and philosophical reflection, without resorting to the technical jargon of either field.”</p>
Eduardo Gianetti	Trópicos Utópicos [Utopian Tropics]	<p>“This is one of the most beautiful books written about Brazil that I have ever read. And it’s not exactly a book about Brazil. The aphorisms (or, as the author prefers, the sections) that compose it display a clear mind lovingly using language to account for being in the world at the beginning of this century. (...) And Brazil’s responsibility in the face of the opportunity represented by its peculiar condition is recognized with sensible realism. No other tone would be more forceful. Giannetti, whose books, since <i>Private Vices, Public Benefits?</i> (in which the emphasis falls on the question mark), politically aware Brazilians should read before labeling him as belonging to the “neoliberal” crowd, reaches the apex of his thought here, a thought patiently developed. It is a rediscovery of Brazil that sharpens the mind and moves the heart.”</p> <p>Caetano Veloso</p>

The diffusion of "economic logic": patterns and diversification in the Brazilian market of opinions

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Gustavo Franco	A economia em Machado de Assis: o olhar oblíquo do acionista [The Economy in Machado de Assis: The Oblique Gaze of the Shareholder]	<p>“The economics in Machado de Assis is, therefore, a historiographical privilege, a chance to visit Brazil’s past, in a rich and tumultuous moment, in the company of one of the great writers of world literature and one of the most brilliant economists in the country.”</p> <p>“Franco surprises us again. Writing about the ‘oblique gaze of the shareholder,’ the author demonstrates a gaze as oblique as that of the wizard of Cosme Velho, for he managed to discover in several of Machado de Assis’s chronicles a leitmotif that escaped literary critics with a more straightforward vision.... The book is a delight, and a double delight. It is well-written, well-argued, and opens paths to a new understanding of Machado de Assis.”</p> <p>Sergio Paulo Rouanet</p>
Gustavo Franco	A economia em Pessoa [The Economy in Pessoa]	<p>“In this book, a poet writes about economics, and an economist writes about the poet. The least surprising thing is that the former reveals himself to be a shrewd economic analyst, and the latter, a fine literary commentator.”</p> <p>Alberto da Costa e Silva</p> <p>“This book reveals a little-known facet of Fernando Pessoa, bringing together rare texts by this great poet of the Portuguese language on economics and administration. Organized and commented on by economist and former president of the Central Bank Gustavo HB Franco, ‘<i>Economics in Pessoa</i>’ is an illuminating lesson in economics, in the style of a canon of world literature.”</p>
Marcos Lisboa and Samuel Pessoa	O valor das ideias: debate em tempos turbulentos [The Value of Ideas: Debate in Turbulent Times]	<p>“This praise for civilized debate in times of truculent communication; this pluralistic and high-level discussion about the direction of the left; is a unique example of respectful debate in times of polarization.”</p> <p>“This book is an intellectual dream. What is most lacking in the Brazilian academic world is serious debate. That is, debate between qualified people, with good arguments, disagreeing but respecting each other. Because that’s what we have here.”</p> <p>Renato Janine Ribeiro</p>

Author	Title	Excerpts from the paratexts
Pedro Malan	Uma certa ideia de Brasil: Entre passado e futuro [A Certain Idea of Brazil: Between Past and Future]	“This collection will allow us to assess Pedro Malan’s contribution as a public intellectual. Those who know him only as an economist and civil servant will see in this selection of monthly articles the breadth of his culture, as well as his sensitivity to current events.” Fernando Henrique Cardoso

Source: Prepared by the author.

Cultural distinctions operate in differentiating economists from those active in public life, especially those more focused on execution and not invested in intellectual and/or media debates. But they also demarcate distinct cultural, intellectual, and political ambitions compared to the majority of economists present in the opinion market itself. As Le Bart stated in his research on political writers:

Venturing into a world that is not their own, at the risk of appearing (...) usurpers, these political men [who present themselves as scholars and men of knowledge] seek to administer proof of their ability to rival prestigious and recognized authors. In this sense, the strategies of almost leaving the political field are evidently very political (Le Bart, 1998, p. 86).

In writing beyond their *professional fields*, some of these economist-columnists attempt to take advantage of the “distinctive gains” that can be used within the realm of economists, in the political field, and in the marketplace of opinions (Ibid.; Meirelles, 2021, 2025). Abstractions, culture, delight, and style contribute to the symbolic effectiveness of their ideas, not serving, however, the “interest in disinterest” (Bourdieu, 1996b; Bourdieu, 2015), but rather the very dissemination of economic *doxa*, as the excerpts suggest. Even when they mobilize literature and philosophy, they do so in order to give a veneer and seek cultural and moral recognition for their positions.

Among the authors presented in Table 2, two of them are among those who published more than 10 books from the total set of economist-columnists analyzed: Eduardo Gianetti and Gustavo Franco. The latter was president of the Central Bank and was part of the team that developed the Real Plan. He was linked to the PSDB for a long time and contributed to the Novo Party, in addition to having participated in the formation of the Millenium Institute. With a degree from PUC-Rio in the 1970s, a doctorate from Harvard, and teaching experience also at PUC-Rio, Franco distinguished himself academically, having received first place in the BNDES award for best dissertation in 1983. In the 2000s, he moved to the private sector,

having founded, with other partners, *Rio Bravo consulting*, a financial institution that operates in the capital market and is currently associated with the Chinese conglomerate Fosun. Since the 1980s, Franco has worked with and collaborated with the country's leading newspapers, maintaining a regular column in the newspapers *O Estado de S. Paulo* and *O Globo* for over ten years. His publications include works on macroeconomics, collections of press articles and compilations of technical or academic articles, anthologies, books for economics students, as well as works on the relationship between literature/art and economics.

Eduardo Gianetti shares with Gustavo Franco the most expressive intellectual ambitions among all the authors/actors studied. Their books approach economics from a more existential point of view, reflecting on philosophical problems from an economist's perspective. Gianetti also had an elite education, graduating in Economics and Social Sciences from USP (University of São Paulo) in the 1970s and obtaining his doctorate from the University of Cambridge. He was a professor at USP and, after retirement, taught at Ibmecc and Insper. He is a member of the Brazilian Academy of Letters. In 2018, he collaborated on Marina Silva's government program. Franco and Gianetti stand out for being among the economists interviewed for the book * *Conversations with Brazilian Economists* * and for having won the Jabuti Prize. Affonso Celso Pastore, Marcos Lisboa, Samuel Pessoa, and Pedro Malan, also mentioned in Table 2, had prestigious careers, with elite educations, important political experiences, nominations or awards such as the Jabuti Prize, and long-standing presence in the press.

Just as the excerpts selected in the tables above show, the institutional credentials invoked in the paratexts as a way of asserting the authoritative position of the subjects reveal distinctions in space.

A privileged observer of Brazilian political and economic reality, Pedro Malan participated in the creation, launch, and implementation of the Real Plan and served as Minister of Finance during the Fernando Henrique Cardoso administration. Through articles published in his column in the newspaper *O Estado de S. Paulo*, which he has written since 2003, he draws on his professional trajectory and solid intellectual background to uniquely analyze the country's political and economic landscape over the last 15 years¹⁸.

the controversial author of the *bestseller* "Caviar Left," is a free-thinker, tireless debater, and unconditional defender of individual liberties and republican values¹⁹.

¹⁸ *A Certain Idea of Brazil: Between Past and Future*, by Pedro Malan, 2018.

¹⁹ *Against the Red Tide: A Liberal Unafraid of the Patrol*, by Rodrigo Constantino, 2015.

While some authors highlight their participation in certain important political events (such as the Plano Real) and mention their work in the press, others emphasize their status as *best-selling authors*; prestigious academic credentials tend to be emphasized in the paratexts, while the defense of certain ideologies is mobilized in cases where the figure operates more as a polemicist and/or activist than as an expert. Selections are based both on the distinctive features of the authors' trajectories and on the target audiences of their books. The position of economist-writers circumscribes the possibilities of reader profiles: the most dominated write primarily for the general public; only those with greater academic, intellectual, and political capital can target the most dominant audiences, such as peers, politicians, and decision-makers; but, among the latter, there are also those who seek to win "hearts and minds," oscillating more easily between different clienteles. These can be observed by the names that sign the prefaces, blurbs, and back covers of the books. These pages feature economists, politicians, journalists, and cultural figures, demonstrating the multiple games in which they are involved.

The book, with a preface by Fernando Henrique Cardoso, a blurb by Pedro Malan, and a back cover blurb by Miriam Leitão, brings together essays that outline the political and economic changes of FHC's two terms and suggest tactics for the Lula government to fulfill its promise of transforming Brazil into an economically healthy and socially more just country. An essential read both for those who deal directly with the subject and for those who want to better understand the country in which they live²⁰.

One of the great choices I made when I assumed the Presidency of the Republic was to bring Henrique Meirelles to take care of the economic area. [...] Meirelles is a good listener. Although he is a technocrat, he had a political stance. Often, technocrats don't like to listen to the political class, but he listened – Michel Temer, former president of Brazil (2016-2019)²¹.

Because of his profession, a journalist deals with a wide range of topics. To understand each one well enough to report with authority, he turns to those who have dedicated their entire lives to a subject: the expert. (...) Listening to someone who masters a topic is a pleasure, which is doubled when the person has the ability to communicate what they know in an accessible way. This is the case with Giambiagi. A scholar of public finance for over three decades, he has always

²⁰ *Reforms in Brazil – assessment and agenda*, by Fabio Giambiagi, José Guilherme Reis and André Urani, 2004.

²¹ *Calm under pressure: What I learned leading the Bank of Boston, the Central Bank, and the Ministry of Finance*, Henrique Meirelles, 2024.

shown a willingness to engage in dialogue and persuade through argument – Renata Lo Prete²².

While peers operate on technical, specialized legitimation, politicians contribute to affirming these figures as agents capable of playing the political game, seeking to break with the image of mere technocrats. Politicians appear as “former bosses,” that is, presidents in whose governments the economists worked, attesting to the political competence of those praised, but also, indirectly, to their status as “employees” and, therefore, their relatively subordinate position. Figures like Fernando Henrique Cardoso, a politician admired among economist-columnists (Meirelles, 2021) and a renowned intellectual, assert the place of these agents as “thinkers of Brazil”; just as artists, critics, and intellectuals contribute to cultural legitimation. Journalists, in turn, ratify the skills that these figures possess for public debate, legitimizing them as everyday interlocutors of those who work in the press. Discourses produce a collective legitimacy, anchored both in shared patterns and in distinctions linked to spatial differentiations, because, as Bourdieu and Boltanski stated, “the liberal point of honor feeds on this diversity within unity” (1976, our translation).

Final considerations

Among economist-columnists-writers, writing serves, directly or indirectly, as a support for action—whether when it seeks to guide daily practice, the conduct of life of social agents; whether when it intends to intervene directly in public debate and build consensus around the political projects defended; or whether it distances itself from more immediate political interests, contributing to the deconstruction of the image of the economist as a mere agent of execution, restricted to daily decision-making and the resolution of external demands (Le Bart, 1998, 80). In this last case, from the positions they occupy, the author-actors construct strategies to legitimize themselves as “thinkers” or, more specifically, “public intellectuals”.

Engaged in disseminating formulas for solving everyday problems or dedicated to the “higher” questions of the human soul, publications act, consciously or semi-consciously, in the sedimentation of political proposals—predominantly, in the corpus analyzed, of liberal, neoliberal, or ultraliberal biases—in the circulation of economic *doxa*, in the collective legitimation of economists, but also in the crystal-

²² *Everything about the public deficit: a guide to the country's biggest challenge for the 2020s*, by Fabio Giambiagi, 2021.

lization of a set of values and ways of life (Weber, 2004). The division of ideological labor, observed in the article, contributes to the very symbolic effectiveness of the dominant logics disseminated (Bourdieu; Boltanski, 1976).

The multifaceted game, typical of this universe, also acts to detach intellectual pretension from the historical question of autonomy (Bourdieu, 1996b; Bourdieu, 2015), naturalizing the fluid boundaries between distinct logics and the figuration of the “man of power” as a “man of knowledge.” As agents who dispute not only decision-making positions but also legitimate interpretations, they oscillate between the ostentation of technique—in the claim of an esoteric knowledge, exclusive to the initiated—and, on the one hand, the capacity to translate it to the uninitiated or, on the other, the sensitivity and erudition not to restrict themselves to it. They thus attempt to deconstruct the image of “technocrats”—a necessary movement for the disputes of the opinion market—without ceasing to assert themselves as holders of a privileged position for the analysis of the social world, precisely because they incorporate the attributes of technique.

Finally, the research raised new questions to be developed in the future, such as those related to the strategies of symbolic capital transfer between economist-writers and the authors of blurbs, prefaces, and back cover comments. Research in the area highlights the relationships most frequently observed in the field of economists, that is, those established between them and journalists or politicians. The material gathered, however, drew attention to the presence—a minority, but sociologically significant—of alliances with figures invested in artistic production. Indeed, the engagement of these agents in cultural/intellectual activities and institutions, as well as in genres and productions that are seemingly more editorially risky, is a question that has not yet been thoroughly explored and that may reveal struggles and transformations in the spaces of symbolic production.

Acknowledgements: This research received funding from the UNESP Research Office, with the support of a technical training scholarship recipient who assisted in the data collection process. I thank the student and scholarship recipient Linda Alves Oliveira Moreira da Silva for her excellent work and UNESP for the funding.

REFERENCES

ABREU, Alzira Alves. “Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática”. In: ABREU, Alzira Alves; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. **Mídia e Política no Brasil – Jornalismo e Ficção**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003, p. 13-74.

ALMEIDA, Ana Maria F. O assalto à educação pelos economistas. **Tempo Social**, v. 20, n. 1, p. 163-178, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Linguísticas**: o que falar quer dizer. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996a.

BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996b.

BOURDIEU, Pierre; BOLTANSKI, Luc. La production de l'idéologie dominante. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 2, n. 2-3, juin 1976.

BOLTANSKI, Luc. L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe. **Revue française de sociologie**, 1973.

CHIARAMONTE, Aline. **Jornalismo de educação: instâncias de consagração e estratégias e uma elite profissional**. Tese de Doutorado, São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, USP, 2023.

DEZALAY, Yves; GARTH, Bryant. A dolarização do conhecimento técnico-profissional e do Estado: processos transnacionais e questões de legitimação na transformação do Estado, 1960-2000. **RBCS**, v. 15, n. 43, jun. 2000.

DUVAL, Julien. **Critique de la Raison Journalistique**. Paris : Éd. Le Seuil, 2004.

EYAL, Gil; BUCHHOLZ, Larissa. From sociology of intellectuals to the sociology of interventions. **Annual Review of Sociology**, n.36, pp.117-137, 2010.

GRÜN, Roberto. A dominação, a doxa e o neoliberalismo: A revanche do baixo clero e a pista das homologias sociais. In: ANPOCS, 39, 2015. **Anais eletrônicos...** Caxambu: ANPOCS. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/39-encontro-anual-da-anpocs/gt/gt13/9565-a-dominacao-a-doxa-e-o-neoliberalismo-a-revanche-do-baixo-clero-e-a-pista-das-homologias-sociais?path=39-encontro-anual-da-anpocs/gt/gt13>>. Acesso: 10 jun. 2020.

KLÜGER, Elisa. A contraposição das noções de técnica e política nos discursos de uma elite burocrática. **Revista Sociologia e Política**, v. 23, n. 55, p. 75-96, set. 2015.

KLÜGER, Elisa. **Meritocracia de laços**: gênese e reconfigurações do espaço dos economistas no Brasil. 2017. 855 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

JARDIM, Maria Chaves; MOURA, Paulo José de Carvalho. Entre a ortodoxia e a heterodoxia: disputa simbólica nos governos petistas (Lula e Dilma) para a imposição da doxa econômica. **Revista Novos Rumos Sociológicos**, v. 9, n. 16, p. 52-80, ago.-dez. 2021.

LE BART, Christian. L'écriture comme modalité d'exercice du métier politique. In: **Revue française de science politique**, 48, n.1, p. 76-96, 1998.

LOUREIRO, Maria Rita. **Os Economistas no Governo**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1997.

MARCHETTI, Dominique. Subfields of Specialized Journalism. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Polity Press, 2005.

MEIRELLES, Allana. **Mercado de Opinião Política**. São Paulo: Edusp, 2025.

MEIRELLES, Allana. **Opiniões à venda: oposições políticas e divisão do trabalho intelectual na mídia**. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH-USP, 2021.

MEIRELLES, Allana; CHIARAMONTE, Aline. Os economistas-colunistas no debate sobre as reformas no Brasil. **Estudos de Sociologia**, v. 24, p. 137-170, 2020.

MELLO, Hivy Damasio Araújo. **O Banco Mundial e a educação no Brasil: convergências em torno de uma agenda global**, 2012. 435p. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

NEIBURG, Federico. Economistas e culturas econômicas no Brasil e na Argentina: notas para uma comparação a propósito das heterodoxias. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 2, nov. 2004.

OLIVIERI, Cecília. Política, burocracia e redes sociais: as nomeações para o alto escalão do Banco Central do Brasil. **Revista de Sociologia e Política**, v. 29, p. 147-168, 2007.

PEDROSO, Antonio. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros: gerações, origem social e dinâmica profissional. **Repocs**, v.12, n.23, p. 133-152, jan./jun. 2015.

PERISSINOTTO, Renato *et al.* Redes sociais e recrutamento: o caso dos diretores e presidentes do Banco Central do Brasil (1994-2016). **Tempo Social**, v. 29, n. 3, p. 61-82, 2017.

PERISSINOTTO, Renato *et al.* A elite dos colunistas de economia como comunidade epistêmica: uma análise de redes (2019-2021). **Estudos Históricos Rio de Janeiro**, v. 37, n. 81, p. 1-26, 2024.

PINHEIRO FILHO, Fernando. Intelectuais: perfil de grupo e esboço de definição. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lília Moritz. **Agenda Brasileira: temas de uma sociedade em mudança**. São Paulo : Companhia das Letras, 2011. p. 268-277.

PINTO, Louis. **Le café du commerce des penseurs : à propos de la doxa intellectuelle**. Brissieux: Éditions du Croquant, 2009.

PULITI, Paula. **A Financeirização do noticiário econômico no Brasil (1989-2002)**. 2009. 286 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Departamento de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

*The diffusion of "economic logic": patterns and
diversification in the Brazilian market of opinions*

SAPIRO, Gisèle. Modèles d'intervention politique des intellectuels. Le cas français. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 176-177, p. 8-31, 2009.

UNDURRAGA, Tomas. Knowledge-production in journalism: Translation, mediation and authorship

in Brazil. **Sociological Review**, v. 66, n. 1, 18 abr. 2017.

UNDURRAGA, Tomas. Making News, making the economy: technological changes and financial pressures in Brazil. **Cultural Sociology**, v. 11, p. 77-96, 2016.

UNDURRAGA, Tomas; PEDROSO NETO, Antonio. Jornalistas da economia e homens das finanças: fascinação, ascendência e ilusão profissional. **Estudos de Sociologia**, v. 24, p. 55-82, 2019.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o "Espírito" do Capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

FOLHA DE S. PAULO, ROUANET LAW AND THE MARKET OF INCENTIVIZED CULTURAL SPONSORSHIPS: AN ANALYSIS FROM ECONOMIC SOCIOLOGY

*Rafaela Araújo LOPES**

*Bruno Costa BARREIROS***

ABSTRACT: *Although the relevance of investigations on the Rouanet Law from a public policy perspective is recognized, few studies have focused on the market of incentivized cultural sponsorships. Based on the contributions of economic sociology, this article presents an analysis of the political, cultural, and economic contexts, as well as the discursive trends that influence and characterize this market, based on a corpus of 863 articles published in Folha de São Paulo between 2013 and 2023. The analysis addresses advertising strategies in Folha and the role of the State, the emergence of a conservative political agenda and the disputes around the Rouanet Law, the discursive transformation, and the relevance of the sustainability for the changes in the conception of control. The research shows how the studied market, after surviving intense symbolic attacks, renews its legitimacy through the ideas of sustainability and creative economy.*

KEYWORDS: *Economic Sociology. Sociology of Markets. Rouanet Law. Journalism. Cultural Sponsorship.*

I. Introduction

Subject to contradictions regarding the direction of cultural policies, the uses of public money, and the corporate motivations for sponsorship, the Rouanet Law, despite not being the only tool for promoting culture, is the most present in both

* Master's degree in Social Sciences from UFBA. ESG Specialist. <https://orcid.org/0009-0005-7065-6579>. Email: rafaraujlopes@gmail.com.

** PhD in Political Sociology from UFSC. Adjunct Professor in the Department of Sociology at UFBA. <https://orcid.org/0000-0002-7609-0001>. Email: barreirosbc@gmail.com.

public debate and academia when it comes to tax incentive mechanisms. Although the relevance of investigations into the law from a public policy perspective is recognized, the interest of this research is directed towards the dynamics of exchange that have been established since its enactment and, more specifically, regarding the construction of a market for incentivized cultural sponsorships. This dynamic is fundamentally based on the transaction between financial and symbolic capital, carried out by proponents, sponsoring companies, and often mediated by other companies and professional fundraising agents. However, it is argued here that the symbolic asset sought by potential sponsors has undergone changes in recent years: the ideology of sustainable development has been altering corporate guidelines for sponsorship and, at least at first glance, is also changing the rules of the game in a market that has long been guided by the discourse and strategies of cultural *marketing*, understood as a practice aimed at linking corporate brands to different cultural practices (e.g., music, sports, literature, cinema, theater, etc.).

This article is an excerpt from a broader research project whose central object is the market for incentivized cultural sponsorships (Lopes, 2024), which is anchored in the contributions of economic sociology from a political-cultural perspective. Here, we focus on the hypothesis that the ideology of sustainable development—understood as a set of beliefs and practices capable of guiding agents invested in different social fields (Dezalay, 2007)—has modified practices in the market for incentivized cultural sponsorships, thus creating a new conception of control (Fligstein, 2001), with potentially broader repercussions for the economic *doxa* (Bourdieu, 2005). The analytical inspiration lies in Bourdieu's sociology of discursive practices, which considers the act of enunciation itself as a socially oriented practice, thus prioritizing the investigation of the social spaces of production of this language and the agents who enunciate it as analytical components (Barreiros, 2023). Based on the notion of *doxa*¹, the collective orientation of this market negates the valuation of profit and obscures the economic relations present in this type of exchange, thus approaching the economy of symbolic goods (Bourdieu, 2008).

Here, we present a section of the analysis of the discursive transformations of this market, derived from a survey of news articles in the *Folha de S. Paulo* newspaper², in order to provide a better dialogue with the works that make up the dossier “*Rethinking economic-financial journalism: global and local theoretical and empirical perspectives*”. In terms of organization, we have structured this

¹ A set of shared values that give meaning to the classes and classifications operated by agents in a given field (Catani *et al.*, 2024).

² The *Folha de São Paulo* newspaper was used as one of our data sources for the sociogenetic analysis of the market for incentivized cultural sponsorships, as well as its main transformations over the years. For a more attentive and careful analysis of Brazilian journalism and its professionals in conjunction with economic sociology, we recommend Pedrosa-Neto (2015) and Pedrosa-Neto and Undurraga (2018).

communication into four sections. After this introduction, the second section, entitled “On the Construction of the Research Object,” addresses the origin and dynamics of the market for incentivized cultural sponsorships, highlighting the Rouanet Law and its implications. In the third section, we present the main results of this section of the research, with a detailed analysis of the political and economic contexts and discursive practices that influence and characterize this market: a) firstly, we investigate the advertising strategies in *Folha* and the role of the State; b) then, we address the emergence of a conservative political agenda and the disputes surrounding the Rouanet Law; c) In a third phase of the analysis, we discuss the discursive transformation and the relevance of the ideology of “sustainability” in the changes in the conception of control; d) Finally, we present the case of Rock in Rio to illustrate how the treatment given by *Folha* can serve as a relevant indicator for the transformations of this market. In the final considerations, we highlight the importance of this research for economic sociology, specifically for those interested in the dynamics between journalistic media and the social construction of markets.

II. On the construction of the research object

Included within the phenomena of the economy of symbolic goods (Bourdieu, 2008), the market analyzed in this research originates from the Federal Law for Cultural Incentives (Brazil. Law No. 8,313, of December 23, 1991), a tax incentive mechanism that allows private companies to allocate up to 4% of their income tax owed to the State to cultural projects previously approved by the ministry. Enacted in 1991 as part of the advances of the neoliberal agenda of Brazilian politics, the so-called Rouanet Law is frequently characterized by the eminently market-driven nature it confers on cultural activity (Belem and Donadone, 2013; Olivieri, 2004; Pinto, 2022). This framing of the phenomenon allows us to see the dynamics of such a market for incentivized cultural sponsorships in a manner similar to other markets analyzed by economic sociology (Bourdieu, 2006; Garcia-Parpet, 2003; Steiner, 2004; Carneiro, 2007; Sartore, 2012; Botta; Donadone, 2014; Jardim; Moura, 2017). In line with this research, we work with the notion of the *social construction of the market* as a central guiding category, in order to emphasize the historically situated, relational, political, institutional, and structuring character of market exchanges between the various participating agents (e.g., producers, distributors, sellers, consumers, state agents).

Even considering the immateriality of the cultural project, it is necessary, for analytical purposes, to define the commodity traded in these exchanges. The level of recognition, derived from association with the project (i.e., the sponsorship

quota), is understood in this work as the product itself—that is, what is offered, demanded, exchanged—in the market for incentivized cultural sponsorships. However, although we are talking about social spaces that presuppose competition and financial transactions, the resources moved in exchanges via incentive law are of public origin (Brazil, 1991). This fundamental characteristic distances it from other types of markets and gives rise to moral conventions that, in principle, do not affect other types of exchanges carried out with private resources, such as attention to the public interest to the detriment of individual or business freedom (Pinto, 2022).

The fact is that, in this market, what is bought is, above all, legitimacy. Whether in relation to a specific location (e.g., the community where the company is situated), a specific audience (e.g., women over 40), or a theme of activity (e.g., health and well-being, financial education, recycling, etc.), cultural sponsorship is, as pointed out by Michetti (2016), a means used by sponsoring companies to maximize their power, through the reinforcement of brand positioning and the ratification of their values for the consumer public, society in general, or, in the more usual terms for those invested in the business space, their *stakeholders*. Sociologically, we can understand that these are transactions involving financial and symbolic capital (Bourdieu, 2008). In the case of companies with a high amount of financial capital and more consolidated and democratic selection processes, legitimacy stems from the recognition of their relevance as a driving force in the development of the cultural sector. For these more emblematic cases, we can cite the actions of Natura (Salvarani, 2022), Itaú (Michetti, 2017), as well as Petrobras and Grupo Votorantim (Belem, 2010).

The relationship between the proponent (seller) and the company (buyer/sponsor) may or may not be facilitated by the figure of the intermediary company or individual. Intermediaries are professionals specialized in topics related to the ecosystem of incentivized cultural sponsorship, and their relative position in the field is defined mainly by their social capital, translated in this market as their network of contacts and facilitated access to potential sponsors (Lopes, 2024). Through their strategic market knowledge and their network of relationships, intermediaries are able to maximize the chances of selling/raising funds for projects. Because they are in a mediating position between relatively distant social spaces and mobilize different knowledge, generally aligned with business purposes (finance, marketing, public relations), these professionals are often responsible for translating market trends into the cultural area (Lopes, 2024).

In general, for proponents, money is treated as a means, merely an inconvenient detail, in the artistic or social impact journey. In this sense, the exchange of financial capital for symbolic capital, associated with the interests of the agents involved, appears in their discursive practices based on what Bourdieu (2008) calls

the taboo of explicitness, that is, the use of linguistic euphemisms to characterize the economic relationship. For sponsoring companies, the discourse of social responsibility masks the need for symbolic recognition and social legitimation as clear objectives for carrying out these exchanges. According to research conducted with the fifty largest companies sponsoring the Rouanet Law, the promotion of transformation and social inclusion is the most frequent element used to justify the transaction, followed by job creation and economic stimulus (Pinto, 2022). In other words, exchanges are established, between what is said and what is left unsaid, in order to promote the exchange of financial capital, belonging to the sponsoring companies (buyers), and symbolic capital, associated with the projects (products): it is in the proponent's interest to obtain sufficient money to carry out their project; it is in the intermediary's interest to increase the success rate of their services to guarantee the survival of their company; and it is in the potential sponsor's interest to associate themselves with a high symbolic capital initiative in order to strengthen their brand in public opinion.

However, as systematized by Swedberg (2005), it is important to highlight that economic power is the main factor in the hierarchical structure among market agents. Therefore, the sponsoring company is responsible for decisively influencing the conventional dimension (Weber, 1991) from which the market will operate. By modifying demand, consumers (sponsoring companies) force other market agents to reshape their advertising strategy in order to meet an established concept of control (Fligstein, 2001), which guides business strategies and, consequently, investment guidelines at a given time. It is worth noting that we understand the notion of control concept, as proposed by Fligstein (2001), as a collective understanding and shared knowledge that reflects and reinforces the market's power structure and translates into common guidelines for all agents involved.

The product to be traded is the symbolic capital that the sponsor will gain from the incentivized investment. The factor of reciprocal compensation (Weber, 1991) in the market is evidenced by the sponsorship quotas, which represent the proportionality between financial and symbolic capital, in the form of visibility, relationship building, or brand activation benefits. Unequal access to the symbolic capital provided by the project is a manifestation of the competitive relationships between the sponsors and elucidates the power dynamics between business agents according to their economic power.

In order to map the social conditions of discursive production of the market's selling agents, a documentary research of 863 articles published in *Folha de São Paulo* between 2013 and 2023 was carried out as a complementary analytical strategy. By undertaking a historical study of these journalistic productions, the aim was to gather elements to construct a sociogenetic perspective of this market (Bourdieu, 2006), understanding the transition of conceptions of control (Fligstein,

2001) of the market for incentivized cultural sponsorships in light of the political and economic contexts of each period. Thus, a search was conducted using the keyword “Lei Rouanet” in the *Folha de S.Paulo* newspaper, from 2013 to December 2023 (the final year of data collection for this research).

The choice to analyze this media outlet was primarily based on its relevance in communication across different niches: it is one of the most important news outlets in the country in terms of audience and circulation (Folha de São Paulo, 2021), and it has historically been associated with the interests of the dominant classes. According to various public opinion surveys commissioned by the newspaper and conducted by the Datafolha institute, the typical reader of *Folha de S.Paulo* has a high level of income and education (Folha de São Paulo, 2011). In this sense, it is possible to infer that this newspaper has a considerable degree of influence among the most privileged strata, possibly including participants from elite business circles, who in this research occupy the position of sponsors in the analyzed market. Therefore, analyzing the *corpus* of articles published in *Folha* over the last ten years is a way to understand, albeit indirectly, the political orientations and discursive trends, in relation to the Rouanet Law, of groups located in hierarchically superior social conditions.

III. Results and discussion

Despite the objective research conditions, the quality of *Folha*’s search tool provides favorable conditions for conducting a mixed-methods investigation with a sequential explanatory design, which, according to Creswell (2007), presupposes the collection and analysis of quantitative and qualitative data, with the aim of using the latter to deepen the understanding of the results found. Thus, from March to July 2024, 1,107 articles were analyzed, filtered using the keyword “Lei Rouanet” in the Digital Archive (online archive of publications) of the newspaper from 2013-2023, of which 863 (78%) were selected for data qualification, discarding duplicate results.

In the broader research that underpins this article, publications were classified according to their main theme, using the following categories: 1. Contextual citation; 2. Executive policy; 3. Projects and proposals; 4. Controversies; 5. Economics and politics of culture. When analyzed in light of the chosen methodology, these classifications helped in understanding the political and economic contexts of each year. As we will see, in most cases, relevant discursive patterns stood out from the point of view of analyzing the social transformation of the market, so that subcategories were created in order to qualify the data obtained.

Table 1: Overall ranking of articles analyzed in *Folha de S.Paulo* between 2013-2023

Group	Definition	Subcategories	Quantity of materials	Percentage in relation to the corpus
1. Contextual citation	They mention the Rouanet Law as part of a context, not as the main topic.	a) Reference; b) Political-discursive argument; c) Literal.	249	28.85%
2. Executive Policy	Topics related to the public management of the mechanism.	a) Regulatory changes; b) Project decisions; c) Political dispute; d) Administrative analysis.	220	25.49%
3. Projects and proposals	Their main focus is on cultural initiatives.	a) Project dissemination (implementation); b) Proposal dissemination (fundraising); c) Project analysis (informative and critical); and d) Rejection/Failure.	213	24.68%
4. Controversies	They deal with critical cases that spark debate in the public sphere.	a) Illegal acts; b) Acts considered immoral; c) Administrative acts.	94	10.89%
5. Economics and politics of culture	News and discussions about the cultural field in a broad sense.	No subcategories	87	10.08%
Total			863	100.00%

Source: Own elaboration.

Advertising strategies and state policies

The thematic category “Projects and Proposals,” which refers to the group of publications that have cultural initiatives as their main theme, has its frequency of publications associated with the growth of cultural activity, and from it we can glean important elements for understanding the advertising strategies of agents invested in the market of incentivized cultural sponsorships. The articles included in this category were classified into four other subcategories, the two with the highest incidence being “Project Dissemination” and “Proposal Dissemination.” These *Folha* publications primarily aim to disseminate specific projects to a large number of readers, with a distinction in format, audience, and purpose: while the first aims to publicize the realization of projects funded through the incentive law, generally including service information (when, where, how much), total budget raised, and—less frequently—who the sponsors are, the second usually appears in the form of a note, announcing the approval of projects for fundraising. In more emblematic cases (such as the one in the figure below), the advertisement format is even more evident. In general, the projects publicized to the consumer public have a commercial character, such as musicals or art fairs. The proposals, which

are presented to sponsoring companies and contributing citizens, usually have a distinctly artistic and/or social development character.

Figure 1: Dissemination of the *Amor de Gigolô* (“Gigolo’s Love”) project (2015) and the “Support OSESP’s educational programs” proposal (2017)



Source: Folha de São Paulo, 2015 and 2017.

The defense of using the Rouanet Law as a funding mechanism for projects devoid of commercial character was one of Folha’s main banners during the analyzed period, and the discursive trends observed are applied coherently with this stance of the newspaper when it comes to publicizing proposals. Despite this, there is a considerable presence of the dissemination of commercial projects, which target social groups with high financial capital. This minor controversy observed in the newspaper can be better understood when we consider the power of articulation of professional proponents³ (Jordão and Allucci, 2012) and cultural entrepreneurs by choice.⁴ (Michetti and Burgos, 2016), who, possessing significant social capital (Bourdieu, 1980), manage to secure advertising space in a vehicle that a priori positions itself in a way that is contrary to the logic of financing their projects.

³ In “*Panorama Setorial da Cultura Brasileira*” Jordão and Allucci (2012) conclude that the groups of cultural managers with the most satisfactory results in their endeavors are the “alien” and the “professional”, which together make up 31% of those interviewed. In the case of the former, their relationship with the profession is instrumental, that is, they do not understand culture as a life purpose. Furthermore, this group does not present a critical opinion regarding the market in which they operate. The professional, on the other hand, “believes that the facilitator understands cultural value and is interested in various types of projects and not just in the company’s marketing” (*ibid.*, p. 9).

⁴ Burgos and Michetti (2017) also make relevant contributions to the analysis of the proponents by suggesting, with Weberian inspiration, four ideal types of cultural entrepreneurs: (1) Cultural entrepreneur by necessity; (2) By disposition; (3) By choice; (4) By vocation. In this sense, public resources are mainly concentrated in the hands of types (3) and (4), that is, those who accumulate greater economic, symbolic, and social capital. For the authors, cultural entrepreneurship by choice refers to “individuals, companies, or business groups producing cultural and entertainment goods, services, and events, with profit as their main objective” (*ibid.*, p. 592). By conceiving culture as an investment option and being one of the groups with the greatest ease of raising funds, they approach the professional and alien type, according to the definitions of Jordão and Allucci (2012).

What is striking, however, is that often the projects being promoted or the market for incentivized cultural sponsorships itself are used as a narrative device to address much broader issues, as we can see in the examples in Table 2 below, which illustrate the impact of the 2015/2016 political and economic crisis that culminated in the impeachment of President Dilma Rousseff. Certainly, political and economic crises impact markets. Let us remember, in this case, that the money used in the exchanges that characterize incentivized cultural sponsorship comes from the income tax of the sponsoring companies, so that a drop in profits in the banking sector or state-owned companies directly and irrevocably affects the total financial capital available for transactions.

Table 2: Examples of publications from the “Project Analysis” subgroup

Year	Title of the article	Category	Quote
2015	<i>Vendas com isenção fiscal caem 11% na feira SP-Arte</i>	Projects and proposals	“In a time of economic crisis in the country and with the dollar soaring, a weaker result was already expected for this year.”
2015	<i>Contra crise, Inhotim se põe para “adoção”</i>	Projects and proposals	“These changes reflect the country’s economic crisis. The mining market is suffering from the Chinese slowdown, which is affecting Vale (among the main sponsors) and Paz, which also operates in the sector, all at once.”
2015	<i>Festa de Paraty terá menor orçamento em uma década</i>	Projects and proposals	“The economic crisis in the country limited the fair’s budget to R\$7.4 million.”

Source: Own elaboration.

Regarding the complex relationship between the State and the market studied in this research, we start from the premise, anchored in one of the pillars of Bourdieu’s (2005) economic sociology, that the State is the main orchestrator of a market, whose demand and supply spaces can be decisively impacted by decisions of political-administrative-bureaucratic origin. In the case of the market analyzed, however, the State’s power of influence goes beyond some of the premises foreseen by Bourdieu (2005), since it impacts not only the format and budget of projects eligible for incentives, but also the very resources used in the exchanges of incentivized sponsorship. This occurs in two ways: 1) through normative changes that stipulate the ceiling of the Law in that year, that is, how much tax the State is willing to waive in favor of the cultural sector; 2) According to the economic management policies of the different productive segments of sponsoring companies involved in this market (banking, oil, agribusiness, technology, etc.), certain economic decisions may favor or disfavor a particular productive sphere, directly impacting the real

profit of the sponsoring companies and decisively their investment potential via tax incentives. For example, if we consider that state-owned companies are among the main sponsors in the country (Petrobras, Vale), it is possible to understand the level of dependence that the selling agents experience when requesting incentives for their projects, and therefore, the magnitude of the consequence that a crisis in an oil and mining segment could generate, even though, in the case of proponents and intermediaries, there is no control whatsoever over it.

In a structure where sponsoring companies, possessing the greatest financial and social capital, occupy the position of buyers, competition for power over the power of the State (Bourdieu, 2015) is highly limited by the volume of capital held by the selling agents, who are only able to compete within the legal dimension of the sponsorship market itself, through influence on regulatory changes. The second form of State influence, described in point 2 as the scenario of national economic policy, although highly determinant for the success of exchanges, is beyond the reach of proponents and intermediaries. This scenario implies a market situation where structural instability is the rule.

The emergence of a conservative political agenda

The analysis of news articles and reports identified, starting in 2016, the emergence of a discursive trend that associated the tax incentive mechanism with the rise of a conservative political agenda. Articles classified as “Contextual Citation,” in our thematic categorization—that is, those that cite the Rouanet Law as part of a context, without it being the main topic of news or reports—are the main representatives of this phenomenon. It is worth noting that this is the analytical group with the greatest prominence: 249 publications, representing 28.85% of the analysis *corpus*. The subdivision of this set of publications was based on the meaning attributed to the citation in question, and in this section, we will focus primarily on the subgroup of citations that gives the Rouanet Law a sense of political-discursive argument. Quantitatively relevant in the group of contextual citations (38% of the total), this subgroup of articles has had a marked presence in the newspaper since 2016, becoming more pronounced within a political context of the rise of the far right.

Between 2013 and 2018, there was a surge in news that we labeled as “Controversies,” involving, for example, news surrounding the Federal Police’s “Operation Boca Livre” launched in 2016, and the Parliamentary Commission of Inquiry (CPI) on the Rouanet Law, between 2016 and 2017. In the context of the launch of Operation Lava Jato in 2014, the public social assistance policies strengthened by the Workers’ Party government began to be viewed with suspicion, a perspective that extended to the evaluation of the Rouanet Law and its probity.

Between 2013 and 2018, the controversies regarding alleged immorality within the Rouanet Law concerned two interconnected aspects: 1) the use of the tax benefit to finance cultural projects with proven market potential, or proposed by established artists; 2) the overriding of public interests by private interests in the incentivized cultural sponsorship.

Such criticisms are embedded in a market context driven by a concept of control (Fligstein, 2001) supported by corporate marketing objectives. Thus, there is an effort by the newspaper to influence the transformation of the conventional dimension (Weber, 1991) of the market for incentivized cultural sponsorships, based on the moral disapproval of certain practices. A representative case of this trend is the article “*Lei Rouanet financia marketing em ruas de SP*” (Rouanet Law finances marketing on the streets of São Paulo), published in 2018, in which one of the interviewed researchers states that:

We went from a situation where cultural producers thought about projects capable of pleasing the marketing directors of companies to one where the marketing directors themselves create the projects. [...] The problem seems to be the excessive liberalism in the use of resources [...] whenever the State gives free rein, the market has a field day. (Folha de São Paulo, 2018)

Starting in 2020, and experiencing a significant increase in 2021, controversies related to acts of public administration began to dominate the newspaper’s narrative, focusing on the dismantling of the Rouanet Law promoted by the Bolsonaro administration. Although it emerged in the context of the impeachment of former President Dilma Rousseff, this discursive trend associated with the rise of conservatism intensified from 2018 onwards, within the framework of the so-called “rhetoric of cronyism,” one of the discursive strategies of former President Jair Bolsonaro to, using fake news, question the integrity of the Rouanet Law and disqualify artistic work through moral judgments. In the newspaper, it is possible to notice a high level of coverage, from a critical and informative perspective, of the discursive tendency of the then presidential candidate to instrumentalize the Law as an electoral agenda, appropriating criticisms of resource concentration and corruption—propagated for years by Folha itself, it is worth remembering—historically associated with it, but radicalized from the spread of “fake news”. In one of the articles that best portraits such claim, a journalist affirms that “the incentive law came to be seen as a spurious way of supporting vagrants and financing immoralities.”⁵

⁵ MEIRELES, M. Guerras culturais se acirram no Brasil, e quem vence é a direita de Bolsonaro. FOLHA DE SÃO PAULO, SÃO PAULO, 29 out. 2018. Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/guerras-culturais-se-acirram-no-brasil-e-quem-vence-e-a-direita-de-bolsonaro.shtml>. Accessed at: 07 mai. 2025.

Thus, it is also from 2018 onwards that it is possible to perceive a clear opposition from *Folha* to the rhetoric propagated by the conservative group regarding the Law. This phenomenon can be understood by the significant presence of citations inserted in satirical columns with critical content and ironic humor, which ridicule the mobilization of the mechanism as an *da* extreme right-wing discursive practice. It is important to point out that the political positions expressed in the columns and excerpts highlighted below do not necessarily reflect an institutional position of the newspaper, and that the so-called “discursive transformation” of *Folha* is being analyzed within the context of a variety of publications, with distinct genres, themes, and categories.

If we consider acts of enunciation as a socially oriented practice, as proposed by Bourdieu, it is necessary to prioritize not only the text, but also the social spaces of production of this language and the agents who enunciate it as priority components of investigation (Barreiros, 2023). It is worth highlighting, therefore, that among the possible textual genres present in a newspaper, the column is the most expressive type of writing we can find, in terms of exposing the opinion of a particular author. We identified that columnists Antonio Prata and Renato Terra stand out as the main critics of discourses associated with the far right, using a linguistic mode based on sarcasm to disqualify Bolsonaro’s politics, mainly with regard to the spread of fake news and historical and scientific denialism. The Rouanet Law frequently appears as part of the ironies related to *fake news* and a moral project of “leftist indoctrination.”

It is interesting to note that Antonio Prata and Renato Terra have trajectories marked by circulation in different spaces of the Brazilian cultural field, beyond journalism. In literature, Antonio Prata, son of the writer Mário Prata, has published more than fifteen books throughout his career (Companhia das Letras, 2024⁶). Renato Terra is a filmmaker, having directed about six series and documentaries for cinema and television (Adoro Cinema, 2024⁷). If, for Bourdieu (1996), analyzing a discourse is primarily about considering its social conditions of production, it is noted that the high volume of cultural capital of the authors, also apprehended by the quality of their circulation through certain institutions (Companhia das Letras, HBO, Globo, Revista Piauí), guarantees the legitimacy of their positions, which, combined with the authority of *Folha* itself as a communication vehicle, establishes a privileged situation of enunciation for the dissemination of their discursive practices.

Although no available information indicates the authors as an integral part of In the context of the incentivized cultural sponsorship market, their professional

⁶ Companhia das Letras. Antonio Prata. Available at: <https://www.companhiadasletras.com.br/colaborador/02231/antonio-prata> Accessed on September 11, 2024.

⁷ I love cinema. Renato Terra. Available at: <https://www.adorocinema.com/personalidades/personalidade-70829/> Accessed on September 11, 2024.

trajectories point to a social place of belonging to artistic strata that were the target of hostility during the campaign and government of former president Jair Bolsonaro, which helps to explain the sarcastic and confrontational tone in most of their pronouncements published by Folha.

Table 3: Ironic discourses from the subcategory of “Contextual quotation: political-discursive argument” in *Folha de S.Paulo* (2013-2023)

Year	Title of the article	Quote
2018	<i>Eu 2018</i>	“Nudes, evidently, will not only have tax exemption but also support from the Rouanet Law.” (Antonio Prata, writer and journalist)
2018	<i>Menos livros, mais Whatsapp</i>	“By extension, we will also reject all films made with the Rouanet Law and all songs composed outside of Goiás. [...] The truth is on WhatsApp. That’s where we are impacted by [...] a montage showing Chico Buarque receiving trucks from the Rouanet Law to replace the chlorine in his jacuzzi.” (Renato Terra, screenwriter and author)
2019	<i>MEC cria doutorado em WhatsApp</i>	2) Fake News - The True Story about left-wing Nazism, the gay kit, rigged electronic voting machines, the penis-shaped baby bottle, the São Paulo Forum, the military that saved Brazil in ‘64, and those who benefited from the Rouanet Law. (Renato Terra, screenwriter and author)
2022	<i>Pra lei, Chico tem olhos castanhos</i>	With the precedent set by the decision, Judge Julinho da Adelaide, imbued with a patriotic spirit, wrote a ruling determining that Chico Buarque’s eyes are brown. “There is no scientific proof that that shade is blue or green. Not to mention the possibility that it’s a contact lens financed by the Rouanet Law,” wrote the magistrate. (Renato Terra, screenwriter and author)

Source: Own elaboration.

A new concept of control based on the ideals of sustainability.

The political turbulence experienced between 2018 and 2022 significantly impacted the discourse associated with the market for incentivized cultural sponsorships. Initially in response to the widespread dissemination of fake news related to the mechanism and later to its actual dismantling project, Folha began to position itself in defense of it, contributing as an interested party and agent disseminating the legitimacy of incentivized cultural sponsorship. In this context, the ESG (*Environmental, Social and Governance*) agenda, as the discursive trend that will underpin it, appears as the lifeline that legitimizes the exchanges that occurred within the scope of the Law, from a perspective of sustainable development (which encompasses both the social and economic dimensions).

Thus, the association of the Rouanet Law with the “sustainability” agenda. “This occurs gradually, stemming from a discursive trend characterized mainly by the broadening of the meaning of culture used in publications. While previously the idea of culture was associated solely with artistic and intellectual productions—with a protectionist bias and opposed to their contamination by the “invisible hand of the market”—from 2018 onwards, the notion of culture as a Creative Economy (Miguez, 2007) has gained ground. In fact, there is an effort to publicize the financial potential of culture as an economic activity and source of income. Two other aspects observed—less present than the first, but also noteworthy—relate to the mobilization of the idea of the transversality of culture, a discursive trend that closely dialogues with: 1) the assumptions of international organizations, such as UNESCO, focused on valuing cultural diversity and the self-determination of peoples; 2) the relevance of cultural activities for the integral education of individuals and the promotion of the social development of the population in a broader sense.

The narrative linking the Rouanet Law to the ESG agenda, which illustrates a decisive transformation in the conception of market control, gains space and relevance especially in a post-Bolsonaro context, after the Brazilian democratic regime survived the various attacks inflicted by the former president. In the meantime, the mechanism of tax incentives for culture was also transformed into a scapegoat for his electoral campaign, which appropriated historical criticisms of the Law, damaging its reputation by amplifying a general feeling of distrust regarding the integrity of the exchanges that occurred within this market, a feeling that was extended to artists and the political left. However, the radicalization of criticisms of the mechanism based on fake news and the institutional dismantling that followed Jair Bolsonaro’s administration were sufficient for Folha to undertake a discursive transformation aimed at restoring the legitimacy of the Rouanet Law. What follows is a progressive expansion of the meanings of culture mobilized in the newspaper: from the strictly artistic to the economic and social, in this research associated with the concepts of Creative Economy discussed, for example, by Miguez (2007). In 2024, the consolidation of the Creative Territories Program, which aims to strengthen the creative economy of certain locations, is presented as a milestone in the legal dimension (Weber, 1991) of this phenomenon in the market.

In articles published between 2013 and 2023, it was possible to observe that the narratives related to the Rouanet Law changed according to the political climate. While until 2018 the discourses tended to defend the self-regulation of the cultural market, except for sponsorships for grassroots training projects—against the backdrop of a conception of control (Fligstein, 2001) associated with cultural marketing as understood in the market—from that same year onwards there was a progressive increase in articles defending tax incentives for culture, highlighting its economic potential, as well as its relationship with Sustainable Development. This may represent the rise of a new moral and strategic orientation in the market for incentivized cultural sponsorships.

Table 4: Discursive trends in *Folha de S. Paulo* (2013-2023)—exemplary reports

Year	Title of the article	Quote	Discursive tendency
2013	Eletronbras reduz verba de apoio ao teatro	“According to cultural producer Eduardo Barata, president of APTR (Association of Theater Producers of Rio de Janeiro), with more and more private companies interested in commercial plays, so-called traditional, dramatic theater is losing ground in the country’s scene.”	Cultural marketing
2015	Leis de Incentivo (Painel do Leitor)	“[...] but from everything that has happened in recent decades, I conclude that we should repeal the Rouanet Law and end the half-price ticket system. Let each producer work independently to finance their shows. And let the State finance what is necessary, according to cultural policies defined in conjunction with society. Tax breaks simply haven’t worked.” (José Cláuber, Reader)	Market self-regulation
2015	Organização social pode agilizar gestão pública na cultura	“You take public money and give it to companies to do marketing without adding a single penny. I am in favor of public-private partnerships. But this is a transfer of public resources to strengthen the brands and images of companies.” (Juca Ferreira, Minister of Culture)	Cultural marketing
2018	Flip gera retorno de R\$46,9 milhões, diz estudo da FGV	It’s as if for every R\$1 invested in the festival, another R\$13 returns to the economy. [...] “It clearly demonstrates that, in addition to the positive impact that Flip has on promoting reading and thought, it has an economic impact [...] We want to show governments and society how much cultural activities contribute to the country, and that it benefits from investment in culture” (Sérgio Sã Leitão, Minister of Culture).	Creative economy
2018	Lei Rouanet (Painel do leitor)	The Rouanet Law should benefit new artists who need financial and publicity incentives. Established artists who already earn millions deserve to be on the exclusion list.	Basic incentive
2019	Velhas atitudes emperram uso de alternativas à Lei Rouanet	“Another source of funding that, although still incipient in Brazil, is strong in several countries, is the support of brands that, beyond mere philanthropy or marketing, see culture as a sophisticated communication tool. In Europe and the USA, supporting a museum or a rock concert is, at the same time, a public relations action, a social responsibility action, and a way to build corporate identity. Culture can also be the shortest path to reaching specific audiences.” (Ana Paula Sousa, columnist)	Sustainable development

Year	Title of the article	Quote	Discursive tendency
2022	Inteligência de dados ajuda o investimento social no país	“Few people know that the Rouanet Law can be directly associated with many of the UN Sustainable Development Goals—for example, SDG 4, focused on education—and that today it is the goal that receives the most investment in the country.” (Raphael Mayer and Mathieu Anduze, founders of Simbi)	Sustainable development
2022	A Lei Rouanet em seu devido lugar	The cross-cutting nature of culture means that it interacts with education, social assistance, health, tourism, and the environment. This makes it an essential strategic force for the formation and growth of the country. [...] the Rouanet Law sustains Brazilian culture and is a powerful economic driver: projects incentivized through this law generate R\$1.59 for every R\$1 invested, according to a study conducted by FGV for the Ministry of Culture in 2018.” (Odilon Wagner, Cristina Olivieri, Nelson Rubens Kunze, Guilherme Afif Domingos Filho and André Leonardi, members of the Brazilian Forum for Cultural Rights)	Creative economy
2023	A Força da Indústria Criativa	“Events such as The Town, the Book Biennial, and the Arts Biennial, the latter two supported by resources from the Rouanet Law, mobilized thousands of people in Rio and São Paulo, the two main capitals of the country, generating income, jobs, business, wealth, and well-being around culture and entertainment.” (Jader Rosa, superintendent of Itaú Cultural)	Creative economy

Source: Own elaboration.

The first publication in this regard (“Flip generates a return of R\$46.9 million, says FGV study”) dates from 2018 and is signed by the then Minister of Culture, Sérgio Sá Leitão, discussing a study conducted by FGV (Fundação Getúlio Vargas) to demonstrate the economic impact of the Paraty International Literary Festival (FLIP), which is held through the Rouanet Law. At the time, the minister stated that he would promote other studies with the same objective, in an attempt to legitimize investment in the cultural sector based on proof of economic return.

In November 2018, an article about Simbi, a *social tech company* specializing in the management of private social investment and winner of that year’s Social Entrepreneur of the Future Award, began to address a certain governance associated with investment in tax incentives, in a more proactive than critical tone, unlike discourses observed in previous years. It is worth noting that the Rouanet Law is only

mentioned contextually in the publication, without direct association. In 2019, the publication “Old attitudes hinder the use of alternatives to the Rouanet Law” is part of a narrative theme in *Folha de S. Paulo* that tends to seek to embrace a discourse of diversification of sources of funding, given the decisive role that the federal incentive law plays in Brazilian cultural financing. It is important to observe, however, that despite advocating for sponsorship from sources other than tax breaks, the publication positions cultural sponsorship as an action “beyond mere philanthropy or cultural marketing,” signaling a cognitive shift in the concept of control.

In 2022, however, the association of the Rouanet Law with Sustainable Development was definitively established in yet another publication that features Simbi as its main theme, this time authored by the *startup’s founders themselves*: Raphael Mayer and Mathieu Anduze. Based on the research “Brazil SDGs: Challenges to Democratize Transformation Through Social Investment,” the entrepreneurs focus on the relationship between culture and education to promote “best practices” in the market for incentivized cultural sponsorships, linked to a concept of control (Fligstein, 2001) that has sustainability as its guiding principle.

In 2021 alone, the allocated volume reached a record value of over R\$2 billion, and when compared to 2018, there was a 54% growth in investment (via the Rouanet Law). Analyzing the segment of projects with educational themes, the growth was even greater, reaching 90%. [...] Finally, the research concludes that companies are increasingly interested in investing in projects with educational themes under the Rouanet Law. [...] By cross-referencing social demands in the decision-making process for the funds invested via the Rouanet Law – and other tax incentive laws – companies ensure that the investment is better distributed throughout the territory and that we have more intelligent social investment and a greater positive impact on society. (Folha de São Paulo, 2022)

The discourse on the transversality of culture and the promotion of cultural diversity as a form of identity self-determination, characteristic of the international agendas championed by UNESCO in the Universal Declaration on Cultural Diversity (2001) and the Convention on the Protection and Promotion of Cultural Diversity (2005), is one of the arguments used to defend culture as a tool for sustainable economic development in the 2022 publication “The Rouanet Law in its proper place”. Here, not only are the benefits of a strengthened cultural agenda for human development highlighted, but also the financial potential of the cultural sector for the national economy, an argument also found in the article “The Strength of the Creative Industry”, published in 2023.

Behind these events lies an entire economic machine in operation, injecting resources into the hotel, gastronomy, commerce, transportation, and service sectors, and creating thousands of skilled jobs, generating a virtuous cycle of prosperity. [...] In addition to helping drive the economy, the sector decisively contributes to building our identity, our diversity, and stimulating individual and collective critical thinking. (Folha de São Paulo, 2023)

The Rock in Rio case

Among the agents that best portray the phenomenon of transformation in the concept of control, as understood from this analysis of reports in *Folha de São Paulo*, Rock World stands out, represented by Roberto Medina, creator of Rock in Rio. After suffering harsh criticism from the newspaper for using the mechanism despite having proven market capacity—in addition to other scandals involving its passage through legislation—in 2023, an interview published by Leonardo Lichote⁸ represents a new moment in the relationship between the two. Besides choosing not to mention any of the various accusations linking Rock in Rio to the mechanism in the years 2013, 2015, 2016, and 2017, the newspaper also associates the event with democracy and Sustainable Development, materialized in Medina's own discourse, with the article entitled “Doing good pays off”.

The first mention of the event associated with the Rouanet Law within the analyzed period was in September 2013. The article “Rock in Rio raises R\$8.8 million via Rouanet Law” denounces that, although it had received an unfavorable technical opinion regarding its realization due to its profit potential, the project was approved by the Ministry of Culture for fundraising through tax incentives, having raised R\$8.8 million up to that point. When questioned, the Ministry of Culture stated that such a restriction—on projects with profit potential—was not foreseen by law. In 2015, Rock in Rio reappeared in the newspapers, this time due to a regulatory irregularity. The price of tickets charged was R\$90 more expensive than allowed by the Ministry. The issue generated, in April alone, four articles published in *Folha de São Paulo*, including informative publications updating the case, and opinion articles that, in general, defend, in an imperative tone, a critical position regarding the concept of control associated with cultural marketing in incentivized sponsorship.

Already in February 2016, the RIR (Rock in Rio) appears in the “Executive Policy” group, when *Folha de S. Paulo* reports that, after analyzing the regularity

⁸ Lichote, Leonardo. “Doing good pays off,” says creator of Rock in Rio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, November 2, 2021. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50449&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6485941&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=e2625e0faf155e183a87ac23a2d4391c>> Accessed September 11, 2024.

of the incentives in the 2011 edition of the RIR, “The TCU (Federal Court of Accounts) understood that, although morally unacceptable, the incentives are not illegal” (Folha, 2016), which is why the Court decided to prohibit projects with profit potential from being sponsored through tax exemption (a decision that was never effectively carried out in subsequent normative instructions). In the same month, three more articles are published in the newspaper on the subject, highlighting the editorials “Culture of Sponsorship” (without authorship) and “Cultural Perversions,” by Hélio Schwartsman, accusing the Rouanet Law of being “a perfect instrument for companies that want to sponsor cultural activity without spending much on it,” corroborating. So, from the media outlet’s perspective: “As this newspaper has long argued, state support in the area of culture should focus on training (libraries, courses, venues), the preservation of historical heritage, and sectors that do not find support in the market” (Folha, 2016).

Medina’s controversial speech, derived from an interview with Folha, is titled “Rouanet shouldn’t support it because the guy is poor” (Canônico, 2017a). His argument is an extreme—perhaps meritocratic—version of other projects with “profit potential” that defend the economic return of their achievements, using a conception of culture as an economic segment, which, at the time, did not seem legitimate from the newspaper’s perspective. Two months later, Marco Aurélio Canônico, the interviewer in question, published a new article in Folha, titled “Rock in Rio, an example” (Canônico, 2017b), in which he discusses the points addressed in the interview, highlighting the festival’s economic success as a product and its capacity to generate income for the municipality as well. Canônico does not fail to express, albeit implicitly, his opposition to the controversial passage of the project through the tax incentive mechanism.

Six years later, Rock in Rio is once again the central theme of a Folha article. The publication’s title, “Doing good pays off, says creator of Rock in Rio” (Lichote, 2021), sets the tone for the businessman’s discursive reshaping, but also for the newspaper’s own approach to the event. From the taboo of explicitness (Bourdieu, 2008) to the valorization of profit as a return on philanthropy, the text published by Folha and signed by Leonardo Lichote seems like a peace offering between the newspaper and the festival. From the controversial first meeting between the newspaper and the businessman in 2017, only Medina’s refusal to explicitly state his political position remains.

Having overcome the constant threats of a coup d’état from Jair Bolsonaro’s administration, the narrative construction of the article demonstrates an attempt to associate the festival and Medina himself with democratic principles, highlighting the businessman’s experience as the son and nephew of former political prisoners of the military dictatorship. Although Lichote mentions the businessman’s “brief” support for the former president, when speaking about politics, Medina states that

Brazil is recovering its democratic path, citing the reinstatement of the Rouanet Law as a sign that the government is working. The tone is one of polished enthusiasm, substantially different from the disgruntled Medina we saw in 2017.

Interestingly, the newspaper chooses not to mention the event's history in the law, pardoning Rock in Rio for its past "morally unacceptable" practices. Unlike the previous interview, which had a direct question-and-answer format, this article tells a story, incorporating direct quotes from the interviewee, a format that allows the reader to identify with Medina. In that year (2023), RIR incorporated musical genres never before present in the festival's history, after the businessman had stated years earlier that he thought *sertanejo* music had "nothing to do" with the event, in addition to lacking "affinity" with the music of singer Anitta, with the caveat that, by going down a "more pop" path, the artist was getting closer to Rock in Rio (Folha, 2017).

In a friendly, critical tone, the journalist also points out that ticket prices represent a barrier to the businessman's "democratic ideals," who, in turn, claims to be aware of this fact, considered inevitable to guarantee the quality and financial sustainability of the festival. Without abandoning his strategic market vision, a characteristic trend in business discourse related to sustainable development (Sartore, 2012; Seidl and Barreiros, 2024), Medina positions himself as one of the spokespeople for Corporate Sustainability, defending it as an inevitable path to profit maximization. As if to reinforce Medina's "democratic consciousness": "It's stupid for the extractive capitalist not to understand that it will be better for him if the people who are currently starving improve their lives and become consumers [...] Doing good pays off [...]" (Folha, 2023).

The Rock in Rio case goes hand in hand with Folha's discursive transformation regarding the Rouanet Law, which is associated with changes in the conception of market control being analyzed. Starting from a history marked by controversies related to a supposed conflict between the lucrative potential of the festival (or the RIR brand) and the use of the tax incentive mechanism as a source of funding, the newspaper's relationship with the project is radically transformed by the 2023 interview. Although there are no longer any "reasons" for the animosity, since Rock in Rio has not used the mechanism since 2015, the newspaper's choice to downplay this history is yet another manifestation of the existence of a new "positive agenda" associated with it. Not only was Folha subject to such transformations, but Medina himself, who as part of the social group of "professional proponents" (Jordão and Allucci, 2012) now presents an identity of "sustainable entrepreneur" (Seidl and Barreiros, 2024), which is guided by principles of democratization and philanthropy, and, conveniently, the promotion of culture.

IV. Final Considerations

The Rouanet Law, while not the only tool for incentivizing culture, is the most discussed in both public debate and academia. This article focuses on the dynamics of exchange that emerged after its implementation, especially the repercussions of the market for incentivized cultural sponsorships in the country's main newspaper, *Folha de São Paulo*. The historical investigation of journalistic productions contributes to enriching the sociogenetic analysis of the market for incentivized cultural sponsorships, considering the political and economic contexts of each period. Specifically, the analysis of a *corpus* composed of articles published in *Folha* between 2013 and 2023 allowed for a better understanding of the terrain of linguistic exchanges related to the Rouanet Law: from advertising strategies in *Folha* and the role of the State, through the emergence of a conservative political agenda and the discursive transformation of the newspaper's publications; to the relevance of the ideology of "sustainability" for a new conception of control that seeks to restore the legitimacy of the market.

The research findings demonstrate, primarily, that not only does the demand from sponsoring companies guide the conception of control (anchored in the ideal of sustainability) in this market, but the social conditions of discursive production are also favorable to the development of new conventions and rules within the scope of the Rouanet Law. It is precisely in this direction that the country's main newspaper enters the scene as a space for the production and dissemination of discourses, in a movement orchestrated to repair the legitimacy of the mechanism in the eyes of society, after its systematic discrediting by the Bolsonaro movement between 2018 and 2022. The research offers elements to understand, therefore, how, after surviving a series of symbolic and institutional attacks, the Rouanet Law is now inserted into a political conjuncture favorable to the dissemination of an agenda centered not on the *bottom line* prescribed by cultural marketing manuals, but on the ideas of "sustainability" and "creative economy" as the core of a new conception of control.

REFERENCES

BARREIROS, B. C. Uma pragmática sociológica? Sobre as possibilidades da análise das práticas discursivas a partir de Bourdieu. *Sociologia & Antropologia*, v. 13, p. e200120, 2023.

BELEM, M. P. **Cultura e Responsabilidade empresarial: Uma análise das ações Culturais de R.S.E – O caso da Petrobras e do Grupo Votorantim**. Dissertação (Mestrado) – UFSCar, 2010.

- BELEM, M. P.; DONADONE, J. C. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. *NORUS - Novos Rumos Sociológicos*, v. 1, n. 1, p. 51-61, 2013.
- BOTTA, E. N. N.; DONADONE, J. C. Consultorias em Sustentabilidade: polarizações e representatividades de um mercado crescente. *Gestão & Produção*, v. 21, n. 4, p. 719-731, 2014.
- BOURDIEU, P. *Le capital social: notes provisoires. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 31, jan. 1980.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.
- BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política e Sociedade**, v. 6, p. 15–57, 2005.
- BOURDIEU, P. **As estruturas sociais da economia**. Porto: Campo das Letras, 2006.
- BOURDIEU, P. É possível um ato desinteressado? e A Economia dos Bens Simbólicos. In: _____. **Razões práticas: Sobre a Teoria da Ação**. 9. ed. Campinas: Papirus Editora, 2008. p. 137-194.
- CARNEIRO, M. S. A construção social do mercado de madeiras certificadas na Amazônia brasileira: a atuação das ONGs ambientalistas e das empresas pioneiras. **Sociedade e Estado**, v. 22, n. 3, p. 681-713, 2007.
- CATANI, A. M.; NOGUEIRA, M. A.; HEY, A. P.; MEDEIROS, C. C. C. **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2024.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DEZALAY, Y. *De la défense de l'environnement au développement durable: l'émergence d'un champ d'expertise des politiques européennes. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 166-167, p. 66-79, 2007.
- FLIGSTEIN, N. Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. **Contemporaneidade e Educação**, v. 6, n. 9, p. 26-55, 2001.
- GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 20, p. 5-44, 2003.
- JARDIM, M. A. C.; MOURA, P. J. C. A construção social do mercado de dispositivos de redes sociais: a contribuição da sociologia econômica para os aplicativos de afeto. **Revista Tomo**, v. 30, p. 151-197, 2017.
- JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R. **Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2011|2012**. São Paulo: Allucci & Associados, 2012.

LOPES, R. A. **A Sustentabilidade no mercado de patrocínios culturais incentivados: novas diretrizes, novos discursos**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal da Bahia para título de mestrado em Ciências Sociais. Salvador: 2024.

MICHETTI, M. A definição privada do bem público: a atuação de institutos empresariais na esfera da cultura. **Cadernos CRH (Online)**, v. 29, p. 513-534, 2016.

MICHETTI, M.; BURGOS, F. Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 582-604, 2016.

MICHETTI, M. O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político. **Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar**, v. 7, n. 1, jan.-jun., p. 119-146, 2017.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.). **Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

OLIVIERI, C. G. **Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

PEDROSO NETO, A. J. O espaço dos jornalistas da economia brasileiros: gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 23, p. 133-152, 2015.

PEDROSO NETO, A. J.; UNDURRAGA, T. *The elective affinity between elite journalists and mainstream economists in Brazil*. **Journalism Studies**, v. 19, n. 15, p. 2243-2263, 2018.

PINTO, T. **Comunicação empresarial e patrocínio cultural incentivado: uma análise sob a ótica das críticas à Lei Rouanet**. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

SALVARANI, R. **As marcas e a música: um estudo de caso sobre o programa de patrocínio Natura Musical**. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

SARTORE, M. S. Da filantropia ao investimento socialmente responsável: novas distinções. **Caderno CRH**, v. 25, n. 66, p. 451-464, set. 2012.

SEIDL, E.; BARREIROS, B. C. Sobre elites e instituições: caminhos de pesquisa. **Estudos Históricos**, v. 37, n. 81, p. e20240108, 2024.

STEINER, P. A doação de órgãos: a lei, o mercado e as famílias. **Tempo Social**, v. 16, n. 2, p. 101-128, 2004.

SWEDBERG, R. *Markets in society*. In: SWEDBERG, R.; SMELSER, N. (Ed.). ***The handbook of economic sociology***. 2. ed. New York: Princeton University, 2005. p. 233-253.

WEBER, M. **Economia e sociedade**. v. 1. Brasília: UnB, 1991.

SOURCES CONSULTED

AMORA, Dimmi. TCU Proíbe Lei Rouanet para projetos lucrativos. Folha de S. Paulo, São Paulo. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20490&keyword=Rock%2CRio%2CLei%2CRouanet&anchor=6014753&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=3f10706d6796657f15178519be49154f>> Accessed at 11 Sep. 2024.

ANDUZE, Mathieu; MAYER, Raphael. **Inteligência de dados ajuda o investimento social no país**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 04 out. 2022. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50054&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6464648&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=1a46d7190a24cb833d37932dd12f5b9a>> Accessed at 11 Sep. 2024.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília, 1991. Available at: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313compilada.htm. Accessed at: 15 Sep. 2023.

CANÔNICO, Marco Aurélio. **Rouanet não deveria apoiar porque o cara é pobrezinho**. Folha de São Paulo, São Paulo, 22 jul. 2017a. Available at: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/16gryQpRp9CPoKGScMfDpNqMrJ3mDAK6cIg8Umo_RJnQ/edit?gid=1692315644#gid=1692315644> Accessed at 11 Sep. 2024.

_____. **Rock in Rio, um exemplo**. Folha de São Paulo, São Paulo, 14 set. 2017b. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=47983&keyword=Lei%2CRouanet%2CRock%2CRio&anchor=6064139&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=8bf3447f6ac3d2d161f586842cc896be>> Accessed at 11 Sep. 2024.

Cultura do patrocínio. Folha de São Paulo, São Paulo, 06 fev. 2016. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20492&keyword=Lei%2CRouanet&anchor=6014994&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=3c2fb62ceddc5778ab2c79c956705150>> Accessed at 11 Sep. 2024.

Ferreira, Juca. **Organização social pode agilizar gestão pública na cultura**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 fev. 2015. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20134&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5980474&origem=busca>>

originURL=&maxTouch=0&pd=6ce4d23e1671b2d422191785b77f7192> Accessed at: 11 Sep. 2024.

FOLHA DE SÃO PAULO. Leitor da Folha é ultraqualificado, mostra pesquisa. São Paulo, 17 out. 2011. Available at: <https://m.folha.uol.com.br/paineldoleitor/2011/10/991055-leitor-da-folha-e-ultraqualificado-mostra-pesquisa.shtml>. Accessed at: 10 May 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Empresa usa Lei Rouanet para ações de marketing nas ruas de São Paulo. São Paulo, 28 mai. 2018. Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/05/empresa-usa-lei-rouanet-para-aco-es-de-marketing-nas-ruas-de-sao-paulo.shtml>. Accessed at: 10 May 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Folha é o jornal mais nacional do país e o de maior audiência e circulação. São Paulo, mar. 2021. Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/folha-e-o-jornal-mais-nacional-e-o-de-maior-audiencia-e-circulacao.shtml>. Accessed at: 16 Apr. 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. Leitor tem renda e escolaridade altas. São Paulo, dez. 2000. Available at: https://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/quem_e_o_leitor.shtml. Accessed at: 02 Sep. 2023.

FOLHA DE SÃO PAULO. O futuro do investimento social no Brasil. São Paulo, out. 2022. Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/papo-de-resposta/2022/10/o-futuro-do-investimento-social-no-brasil.shtml>. Accessed at: 12 May 2025.

FOLHA DE SÃO PAULO. A força da indústria criativa. São Paulo, set. 2023. Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2023/09/a-forca-da-industria-criativa.shtml>. Accessed at: 12 May 2025.

Genestreti, Guilherme. **Flip gera retorno de R\$46,9 milhões, diz estudo da FGV.** Folha de S. Paulo, São Paulo, 30 jul. 2018. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48391&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6094910&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=be6d3684b21708eb1ac961ad6755f212>> Accessed at 11 Sep. 2024.

Junior, José Cláuver de Aguiar. **Leis de Incentivo.** Folha de S. Paulo, Painel do Leitor, São Paulo, 02 mai. 2015. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20212&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5989087&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=12d5e6f9d43f63c48884589854651f64>> Accessed at 11 Sep. 2024.

LICHOTE, Leonardo. **“Fazer o bem dá lucro”, diz criador do Rock in Rio.** Folha de São Paulo, São Paulo, 02 nov. 2021. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50449&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6485941&origem=busca&>>

originURL=&maxTouch=0&pd=e2625e0faf155e183a87ac23a2d4391c> Accessed at 11 Sep. 2024.

PAMPLONA, Patrícia. **Com tecnologia, startup democratiza aplicação de recurso de renúncia fiscal**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 nov. 2018. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48524&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6105307&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=1d7a9772c0e16a3a4034620b2da344e6>> Accessed at 11 Sep. 2024.

RODRIGUES, Rebeca Gelse. **Lei Rouanet**. Folha de S. Paulo, Painei do Leitor, São Paulo, 25 nov. 2018. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48538&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6106194&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=36a7e73db645fc2b25d4a7335498720a>> Accessed at 11 Sep. 2024.

ROSA, Jader. **A Força da Indústria Criativa**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 21 set. 2023. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50407&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6483600&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=12d5657a9d43b8311820a33331f3db63>> Accessed at 11 Sep. 2024.

SOUSA, Ana Paula. Velhas atitudes emperram uso de alternativas à Lei Rouanet. Folha de S. Paulo, São Paulo, 25 ago. 2019. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=48861&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6127278&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=803e86ea3d3110c565ede86f5943d1ab>> Accessed at 11 Sep. 2024

Schwartzman, Hélio. **Perversões culturais**. Folha de São Paulo, São Paulo, 09 fev. 2016. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=20495&keyword=Lei%2CRouanet&anchor=6015108&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=da4e1f774dce90ec13ed622e6b537170>> Accessed at 11 Sep. 2024.

VETTORAZO, Lucas. **Eletrobras reduz verba de apoio ao teatro**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 02 abr. 2013. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=19452&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=5863997&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=ed9d01711f67cc53519c7b8820d9beda>> Accessed at 11 Sep. 2024.

WAGNER, Odilon et al. **A Lei Rouanet em seu devido lugar**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 19 dez. 2022. Available at: <<https://acervo.folha.com.br/digital/leitor.do?numero=50130&keyword=%22Lei+Rouanet%22&anchor=6470099&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=e3bf222fef8cdba76f0619a6770bf0a3>> Accessed at 11 Sep. 2024.

DATA JOURNALISM AND THE USES OF INDICATORS OF GOOD GOVERNANCE AND INSTITUTIONAL QUALITY IN ARGENTINA (1996-2018)

*Nicolás Vladimir CHUCHCO**

ABSTRACT: This study analyzes how indicators of institutional quality and governance are disseminated in the Argentine press, focusing on the newspaper La Nación due to its extensive coverage between 1996 and 2018. The main objective is to examine how the concept of “governance” became part of public discourse, especially in political circles and print media. A corpus of over a thousand newspaper articles containing references to institutional quality rankings was used. The methodology combined quantitative content analysis and interviews with key informants. The results show that the use of the term governance increased during the period, albeit unevenly. While news reports cover local and international issues, editorials adopt a normative, government-centric approach. The study concludes that the media, through these indicators, actively contribute to the construction of political discourse and the legitimization of ideological views.

KEYWORDS: Data Journalism. Institutional Quality. Good Governance

Introduction: the graphic press as a space for disseminating news and indicators on governance and institutional quality.

In recent decades, we have witnessed the proliferation and dissemination of a multitude of indicators designed to objectify and measure the institutional quality of countries (Arndt & Oman, 2006; Broome & Quirk, 2015). This is partly explained by the consolidation of neo-institutionalist economic ideas, whereby a sector slightly removed from economic orthodoxy began to highlight the institutional framework

* Adjunct Professor and Researcher at the National University of Tres de Febrero (UNTREF). Interdisciplinary Center for Advanced Studies (CIEA). Sáenz Peña, Argentina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3450-201X>. E-mail: nchuchco@untref.edu.ar.

of countries as an engine of development (Acemoglu, Johnson, & Robinson, 2005; North, 1990a, 1990b). International Credit Organizations (ICOs) were not immune to these ideas, such that the meager results of the structural reforms of the 1990s for countries like Argentina are now explained by deficient institutional frameworks: institutions “matter” (Fine & Waeyenberge, 2007). It is from this point that a multitude of indicators were produced designed to measure aspects such as the perception of corruption, ease of doing business, compliance with the rule of law and other institutional aspects (Arndt, 2008).

While there are quite a few indicators of this type, many users (ICOs, investors, International Non-Governmental Organizations - NGOs - etc.) rely on a specific group of them, based mostly on the subjective perception of the business climate (Erkkilä; Piironen, 2014; Seligson, 2006), obstructing power tensions, and promoting actions to ensure private property, legal security of investments and an open market economy to reduce costs.

From 1990 onwards, literature on “governance” emerged, a concept adaptable to multiple meanings that broadly refers to the current shift from a hierarchical and centralized government authority, which previously made decisions on public policies, to the relationships between the government and a plurality of actors, reflecting the interdependence among them and the greater influence of civil society and market organizations on public policies (Zurbriggen, 2011a), through complex processes and networks among formal organizations that possess a degree of autonomy (Rhodes, 1997). However, the interpretation of governance by organizations such as the World Bank and others (IDB, OECD, UNDP) has been the predominant notion in Latin America (Zurbriggen, 2011b)¹.

Despite the methodological and theoretical criticisms that have arisen regarding these indicators, analysts, policymakers, journalists, and officials often consider them valid representations of social reality, serving as the foundation for the views and practices of experts, businesspeople, and social scientists. In this way, the specialized knowledge and expert language that legitimize the credibility of these techniques are strongly associated with the demands of the international market for emerging countries, shaping pro-market institutions, obstructing paths to autonomous development, and progressively excluding from the discussion organizations that once participated in debates on these issues, such as universities, unions, and traditional political parties, among others (Botto, 2011; Camou, 1997; Dezalay & Garth, 2003; Heredia, 2012; Pestre & Weingart, 2009).

Other works within the studies of the subfield of economic journalism (Marchetti, 2005; Pedroso, 2015) have shown the pressures of the process of “financialization” of news in Brazil (Undurraga, 2017), which implies that journalism

¹ For different types and meanings from these organizations, see *CHUCHCO* (2022)

produces news for the market instead of for the general public, while other works have adopted a relational approach for the analysis of economist columnists in newspapers in Brazil (Perissinotto et al., 2024; Vieira; Chiaramonte, 2020), the study of financing relationships between NGOs and ICOs for the case of Argentina (Chuchco, 2020, 2022), and of different NGOs and their networks of relationships in Brazil and France (Comet, 2019; Vieira; Chiaramonte, 2021) to cite some examples².

In the case of Argentina, there is valuable background on the study of the construction and circulation of economic and financial indicators, such as Country Risk (De Santos, 2010), or on the use of “expert” lexicon as a mechanism of power (Aronskind, 2007), how economists managed to establish themselves in a position of power alongside private centers of “expertise” (Heredia, 2012, 2015), the relationship between intellectuals, experts, and processes of internationalization and development (Neiburg; Plotkin, 2004a, 2004b), as well as the relationships between experts and organizational dynamics involved in the reforms of the 90s in Argentina (Beltran, 2012).

While many economic indicators have been studied from different perspectives such as political sociology (Heredia, 2015; Lorenc Valcarce; Vommaro, 2020) and the sociology of quantification (Daniel; Vommaro, 2016; Espeland, 2016)³, little literature addresses how the indicators proposed here are disseminated at the local level.

The purpose of this study is to investigate how indicators of institutional quality and governance are reproduced and disseminated in the Argentine press, using the publications of the newspaper *La Nación* as a central case study. The analysis was limited to this newspaper because it has dedicated the most space to these topics over the last three decades and because it has been identified as a leading authority on the subject by key stakeholders, due to its extensive coverage of aggregated data related to governance.

The main objective of this paper is therefore to examine how the indicators of institutional quality and the concept of “governance” (*gobernanza*) (Dellepiane Avellaneda, 2009; Zurbriggen, 2011b) manage to spread outside the field of public policy experts, where it originated, to become terms of everyday use. in public opinion and in certain political sectors identified with groups far removed from progressivism. In turn, the study sought to analyze the political intentions and ideology of certain media outlets (the newspaper *La Nación*), based on their editorials.

² Of course, we do not intend to be exhaustive.

³ Which considers that indicators are a form of representation of a conceptual model where the cognitive assumptions linked to the action of measuring displace the debates on the operationalization of the same (DANIEL, 2015).

This work, which stems from my previous research⁴, analyzes a corpus of over a thousand newspaper articles from *La Nación*, published between 1996 and 2018. The time frame spans from 1996 (the beginning of the convertibility crisis and the first appearances of the term “governance”) to 2018 (the year Argentina returned to the IMF). The selection criterion for these articles was that they contained information related to institutional quality rankings and good governance, whether in any section or in editorials of the newspaper.

The methodological tools we have used include quantitative content analysis, and the construction of analytical categories that incorporate both the content of notes and interviews conducted with key informants (journalists from *La Nación* Data and other media, International Non-Governmental Organizations—NGOs—, Officials and representatives of ICOs), whose identity is kept anonymous by agreement.

The dissemination of rankings and *good governance* in Argentina.

The Argentine case has been no exception to the proliferation and circulation of institutional quality (IQ) indicators worldwide, and this text aims to examine how and with what intent certain indicators are reproduced and disseminated in the media, specifically in print media. To examine how these indicators (which, while not strictly economic like Country Risk, *Doing Business*, etc., share numerous points of contact) are reproduced and disseminated, we analyzed news articles containing terms associated with institutional quality indicators, such as the word “governance,” in Argentina’s most widely read newspapers: *La Nación*, *Clarín*, and *Infobae*. *La Nación* dedicated the most space to these articles during the analyzed period. Coincidentally, this newspaper was identified as a leading authority on the topic by those interviewed, who assigned editorial importance to publishing this type of data. This last point is based on the fact that it is a pioneering medium in the formation of a specific area dedicated to the dissemination and production of data: *La Nación* Data⁵.

Therefore, we have made the methodological decision to limit the analysis to articles from the newspaper *La Nación*. This is based on the reasons stated above, and also on the need to delimit the corpus to be analyzed, leaving open for future research the investigation into how governance and CI are constructed in other media (e.g., *Mercado* magazine, *Fortuna*, the *Clarín* newspaper, among others) with the help of this type of indicator.

⁴ For this, see Chuchco (2020, 2022).

⁵ See the website at <https://www.lanacion.com.ar/data>.

A detailed analysis of these notes provides an overview of how a concept transcends the specific field of public policy experts where it originated, becoming an everyday term within public opinion and certain political sectors, driven by data journalism and editorials. First, we classify and analyze the evolution of these types of notes over the years. For the quantitative analysis of textual data, we used the *AntConc* software. (Anthony, 2019), while the *Atlas.ti* program was used for the qualitative content analysis as well as for the information arising from the interviews.

The newspaper La Nación and data journalism.

When the interviewees were asked which print media outlets most frequently publish this type of news, the newspaper La Nación was mentioned with particular emphasis, especially in relation to “data journalism” (*periodismo de datos*) (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Fink; Anderson, 2015; Gray; Bounegru; Chambers, 2012). The journalists interviewed responded to this question by saying that “La Nación is a leader in the handling of statistics and rankings, which are interesting...,” or that “I think La Nación is the leader, Infobae...is next.”

The La Nación Data section was created in October 2010⁶ and includes an open data journalism blog, social media pages, and articles published in both the print and digital editions. The digital edition features visualizations that can be reused and shared, requiring the participation of programmers, geographic information systems experts, graphic designers, and journalists. It also maintains consultative and collaborative relationships with local and international NGOs, as well as with public agencies and individual users of the platform.

While both data journalism and economic journalism share the fact of enthroning data as an indisputable source of legitimacy, they differ in the breadth of topics that the former can address, while the latter focuses on economic and financial issues.

In the case of informants belonging to Development Agencies, the same assertion was confirmed, crystallized in the following statement, highlighted by the data department: “...in Argentina I think there is a lot of contact with La Nación, especially because it has La Nación Data. And that repository is great [sic], I am not the communications specialist but I know that articles appear in La Nación and Clarín, especially from the World Bank.”

In this sense, it is stated that “...the editorials [of the newspaper La Nación] are well-crafted; I would say that it is the most serious aspect, regardless of whether one may agree or disagree ideologically on some points.” Virtually all of the inter-

⁶ This platform can be consulted at <http://interactivos.lanacion.com.ar/rankings/> [last accessed 30/04/2025].

viewees cited the newspaper La Nación Data as the first source mentioned, which, as we will see, plays an important role in the dissemination and reproduction of these indicators. Certainly, digital information without paper, based on algorithms, accelerates and expands these processes, with implications for the reach of social relations (Hansen, 2015). In this way, this data is made available to the reader, having undergone a process that renders it attractive and usable, so that the reader also becomes a user and feels involved by being able to use it, forming a vision of reality that does not question the nature of the construct or the political tensions it may entail, since it is a product of evidence (Vieira; Chiaramonte, 2020). At the same time, this data does not come from an average reader but comes more from the perceptions of the business community and experts.

When interviewees were asked who they believed these articles on governance and institutional quality were aimed at, or what their opinion was on the coverage these stories received, we found disparate responses. For informants in the journalistic field, the target audience for these articles turned out to be “specialized,” which translates to an expert audience, or a closed community. In this regard, a key source related to data journalism at the newspaper stated that these articles are aimed at...

on the one hand, for the La Nación audience and, on the other hand, a slightly more technical audience, which is the open data or *data science community*, or people who are studying public policies; we do many things on the La Nación Data blog, we disseminate indicators such as the *Open Knowledge indicator Foundation*, the transparency ones, it's a note that for the newspaper, it's like it would be two seconds on the *home page* or it would be very little on the *home page* [on the main page of the newspaper's website], but we know that if we go to the *blog* the community is interested in that, so we know directly that we are going to have a fixed and loyal consumer there.

The reference to the user audience as a “loyal and regular consumer” is part of the process of categorizing the reader as a consumer, introducing pro-market logic that is legitimized without question. Furthermore, the press source also categorizes the target audience as “academic,” and within the general public, it mentions “beneficiaries” or “curious” individuals, in addition to experts who are working with this data.

Meanwhile, another journalistic source, situated on a different ideological spectrum than that of the newspaper La Nación, also indicated that these articles, especially those about rankings, are directed at a small and limited audience, for whom Argentina's position in the ranking implies some kind of value.

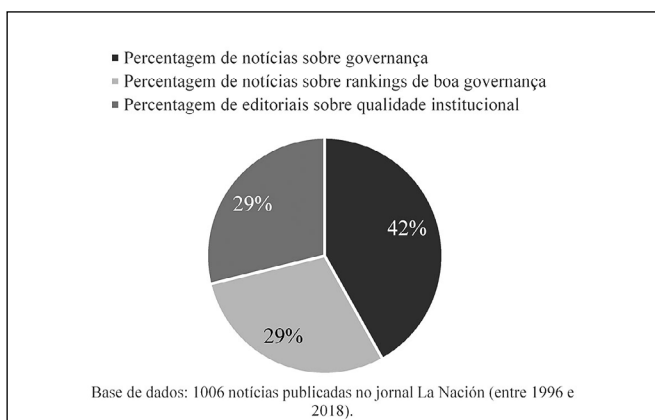
I personally think it's something that concerns the elite more... I can't imagine any taxi driver or hardware store owner being surprised or caring that Argentina climbed four places in the transparency ranking or something like that. I do think, however, that in the global community, within NGOs, governments, and businesses, it might have some value.

However, perceptions from sectors outside of journalism were diverse. Those in the NGO sector indicated that the articles, especially those including rankings, can be of greater interest, as a key source from a local NGO stated: "they do cover the topic, it's just not front-page news, it's not a primary issue. But they do cover it, especially when it comes in the form of an index because the press likes [rankings], they like anything related to that."

News about "governance" and "institutional quality" in the newspaper La Nación.

As the following graph shows, 1,006 newspaper articles from La Nación between 1996 and 2018 were surveyed, which meet the search parameters, that is, that contain any of the words "governance" (*gobernanza*) and/or "institutional quality" (*calidad institucional*) (or similar expression such as "quality of institutions", "good government", etc.), "rankings" of institutional quality indicators, and/or editorial notes (that is, that are not signed by author/s and express the opinion of the morning paper) in which any of the terms above are found.

Graph 1: Total news items grouped by type (Ranking, Governance and Institutional Quality (CI) in editorials (1996-2018)



Source: Own elaboration.

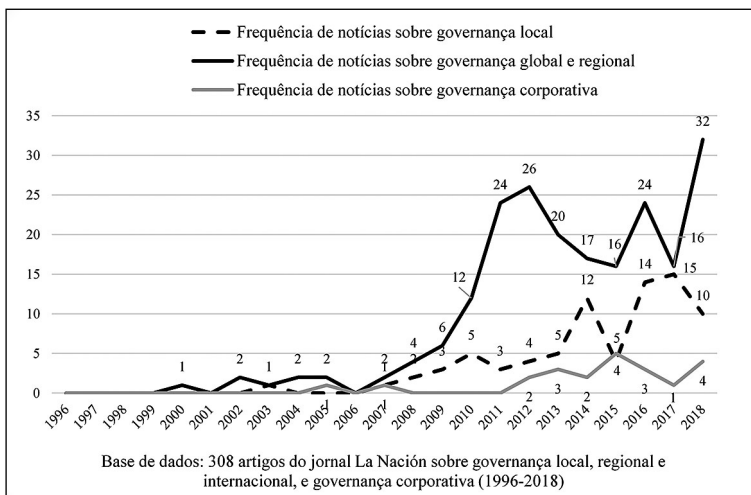
Of the total notes reviewed that followed the aforementioned criteria, 42% fall into the category indicating the presence of the word “governance.” This group was further classified according to whether it referred to “General Governance” (when the word “governance” appears interchangeably) or “Specific Governance” (when it refers to governance in terms related to good governance and public and political institutions).

Regarding the categories of “Ranking” and “Institutional Quality (IQ) in editorial notes”, they showed similar amounts and therefore a similar percentage distribution, around 29%.

Analyzing newspaper articles containing the term “governance,” one can broadly identify two main categories: those that address the term within the public sphere and government, and those that address it in other contexts. The largest group of articles focused on “Global Governance.” This was followed by articles on “Non-Specific Governance.” Thirdly, articles related to “Local Governance” in Argentina, whether due to regional or domestic issues, or in comparison with other countries, were also included. Finally, there was the category of articles that included “Corporate Governance.”

We have classified the notes in this group (Specific Governance) by year, to determine whether the appearance of this type of news has been homogeneous throughout the period studied or whether it presents trends.

Graph 2: Frequency of news on specific governance, grouped into Local, Global/Regional and Business by year (1996-2018)



Source: Own elaboration.

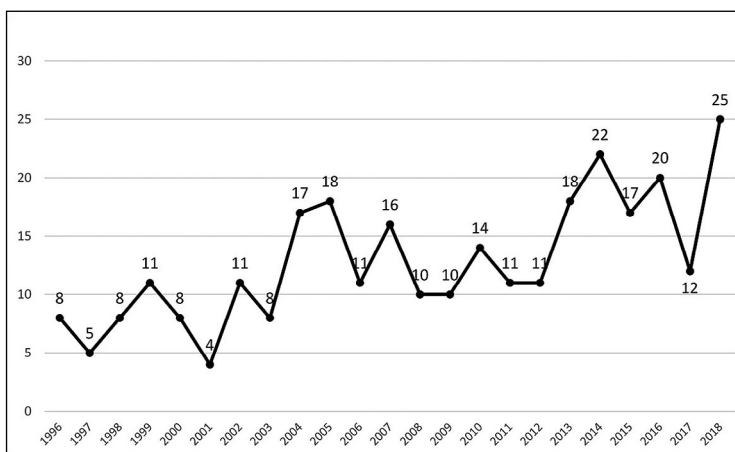
As shown in the graph above, it can be seen how the notes on global and/or regional governance (black line) are the most frequent, and therefore those that primarily leverage the entire “Specific Governance” category in its rise over the years.

Secondly, it is observed that the dotted line (“Local Governance”), although smaller in absolute terms than the “Global Governance” subcategory, also shows a tendency to increase its frequency over time.

Analyzing the text corpus of the Local Governance notes that comprise this category, we found that the most frequently mentioned words correspond to references related to the country’s performance and the Argentine government. The meanings embodied by the term “governance” within this group of notes are varied, reflecting, to some extent, the fluidity of the concept.

News reports concerning institutional quality indicators show an increase in the newspaper’s attention. This demonstrates how the results of these figures affect Argentina’s ranking in these global assessments.

Graph 3: Frequency of news items containing rankings of IQ indicators by year (1996-2018)



Source: Own elaboration.

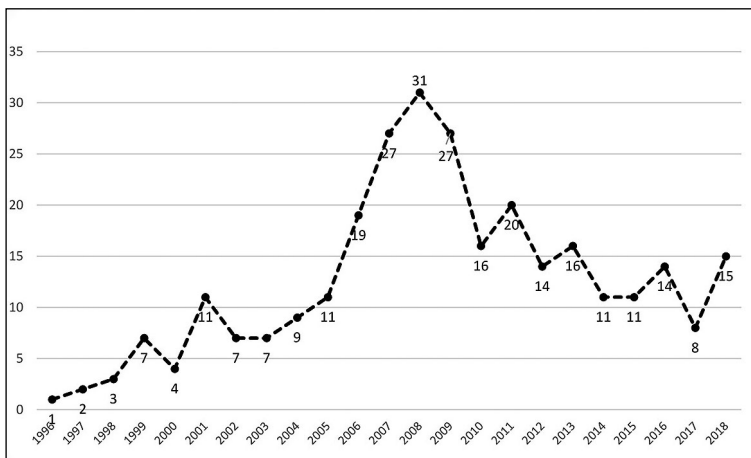
As can be seen in the graph above, news reports on institutional quality rankings do not show a uniform growth pattern. Unlike the graph on governance reports, those on rankings exhibit more irregular characteristics, although with substantial increases in frequency during election periods, especially after Cristina Fernández de Kirchner’s second presidency and during much of Mauricio Macri’s term.

The analysis of the 295 news items related to institutional quality rankings reveals two main types of articles. The first type consists of articles disseminating the rankings. The second type consists of articles that refer to the rankings, adhering to the regulatory framework they propose.

Editorial notes as the voice of the newspaper.

To address the corpus of editorials from the newspaper La Nación on governance and institutional quality, we will refer to the work of Ricardo Sidicaro (1993), in which he analyzes the newspaper's editorials from 1909 to 1989. Based on thousands of editorials, he reconstructs the narrative threads that represent the newspaper's political ideas, focusing on the role of the State and its relationships with various sectors of society, the characteristics of these sectors, and, relevant to this work, "...the formation of the political representation system and the legitimacy of the actors involved." (Sidicaro, 2010, p. 81). The points of convergence with the aforementioned study lie in the characterization of the newspaper's voice, which involves questioning the socially constructed role of journalism (and now also NGOs) as watchdogs of the State and the various government administrations. Despite covering a different time period than that addressed by Sidicaro, we have observed the newspaper's bias towards the agricultural sector, an approach to problems that views the State "from above," and an explanation that provides the reader with a cognitive framework to see reality with the "correct" eyes (Sidicaro, 1993, p. 523). Certainly, a tutelary role is observed on the part of journalism and NGOs, where not only the actions of the State are evaluated, but also their role in vying for power.

Graph 4: Number of editorial notes (La Nación) that contain institutional quality according to year - Argentina, 1996-2018.



Source: Own elaboration.

Unlike the previous trend graphs, this last one shows a marked accumulation of frequencies between 2007 and 2009, with a peak in 2008 marked by the conflict with the agricultural sector⁷.

It is not surprising that the newspaper's notes identify with the agro-export sector, and differentiate themselves from the popular sectors (Sidicaro, 2010), which coincides with the way the newspaper constructs editorials, combining explanatory and normative perspectives in the narratives, and looking at the actors "from above" without fully identifying with them (Sidicaro, 1993, 2010).

Representations of the role of the data journalist.

However, there is an intentionality regarding the role of data journalism in pushing processes:

In general, what I see is that there's still a lot of work to be done. Because in today's media model, it's not necessarily something that will generate clicks, but it's something of great importance and relevance, not only institutionally but also for individuals. So you have to push these processes forward. Here, we're fortunate that we have a data journalism team and an editorial commitment to transparency indicators—to making them visible. You'll see that there are a lot of articles; well, whenever Transparency International's report comes out, there's an article in La Nación. It's not a process we have to force, but I do think that, like other media outlets, you need to anchor it in a story to make it marketable. Often, what happens with these indices is that they use a lot of technical language, and that makes it difficult to handle the information journalistically.

The social relevance of this data depends on actors like journalists translating, contextualizing, and making it visible (Heilbron & Sapiro, 2007). However, as the journalist points out, this implies "pushing processes" within a media ecosystem where what is relevant often does not coincide with what "generates clicks" (Undurraga, 2017). This highlights a conflict between the logic of the information market and the civic function of journalism (and data journalism). Transparency or governance indicators use technical language, are designed for specialists, and require interpretation and narrative anchoring to resonate with the audience, which denotes an active intervention in shaping the public and journalistic agenda. Furthermore, when asked about the role of data journalism in these matters, the interviewee clarified:

⁷ A study on how this conflict was represented in three Argentine newspapers can be found in Zunino (2016).

...our task is more of a social responsibility, to ensure that all of this... I mean, to achieve slightly fairer societies. It's very necessary to disseminate information, not just to disseminate or spread it, but to anchor the indicators in stories [...] I think it's really important to have indicators of things, of how the public administration works and how this resonates with people. [...] because how are you going to have an impact if you don't know what to impact?

This is how a discursive strategy of legitimacy is constructed based on involvement and social responsibility, which in turn indicates a tone of evaluation of the public function. Added to this is the influence of multilateral organizations in consolidating a seemingly self-evident discourse, a result of their being a "knowledge bank" where the logic of "governance by numbers" operates (Supiot, 2015). From this perspective, these numerical operations, along with the idea of transparency, contribute to the "datafication" of good governance (Hansen, 2015; Stone, 2013, 2015), describing new forms of pressure, legitimized through an expert language present in the fabrication and dissemination of these cognitive objects.

As previously shown, a term like "governance," which was practically unknown in 1995, became *commonplace* by 2017. Referring to a conflict in the province of Santa Cruz, then President Mauricio Macri declared that it was "the result of many years of mismanagement," and called for "a return to transparency, order, and organization in the province, which is outside all parameters of reasonable governance" ("Mauricio Macri: 'I have always been against...'," 2017). In this way, a term practically nonexistent at the end of the 1990s became part of the vocabulary of newspapers and various local political actors, legitimizing a role of observer and evaluator of government administrations for whoever uses it.

Journalism and expertise.

By triangulating the sources, it was observed that the cooperative ties between NGOs and this media outlet extend beyond the formality of contracts. Formal and informal agreements between NGOs and news media were mentioned, which, in the words of a director of a well-known NGO, are clearly expressed as follows: "...we almost always delivered the information [an annual report on corruption control] first to Clarín and La Nación; we didn't have a formal agreement, but we gave them the information a few days beforehand and then to most of the other outlets..." (NGO2). Regarding this modality, an informant from the newspaper's data team described this practice as follows...

One of the reports we always work with is the one from TI (presumably referring to a specific organization or organization). You know they publish the report

annually, and the Argentine chapter is done by Poder Ciudadano (Citizen Power). When they're about to release the report, they give it to us under embargo, meaning we have it but can't distribute it. We update the map and write an article about how Argentina's ranking on the indicator has improved or not. Then we have a page with international rankings. The page was redesigned [...] to give it a visual refresh, but the idea is to put the data in context. So, often, to see if Argentina is doing well or poorly, it's a matter of comparison with what or with whom. Therefore, we think that publishing data just for the sake of publishing it, without providing context, creates a bias for readers.

As can be seen, the objective is always to determine whether Argentina is "doing well or poorly," whether it has improved or worsened, first against the previous measurement, and then with the rest of the countries, simplifying and legitimizing large amounts of perception data into a concrete number that can be compared with other countries. Furthermore, the visualization of the statistics is added to reinforce the realist model, where the evaluations are stripped of controversies, showing the country's categories and positions as an attribute of reality when the model only "...translates a vision placed upon it." (Daniel, 2015, p. 4).

In addition to informal contacts between NGOs and journalists, the existence of shared databases was also observed, and the role of news agencies in disseminating rankings for use in news stories was highlighted. In his own words, when a journalist was asked how he obtained the reports, he stated the following:

...they arrive because some of these organizations have a database of journalists they know how to reach, because you contact a government or international institution... because they send it to you, and through the internet... and through news agencies. International and national news agencies, but agencies like AFP, Reuters, etc. etc. DPA, ANSA, well, they are information vehicles, so sometimes they announce "...well, Argentina came in fourth in the ranking of mirror producers...", from there you go to the ranking and exploit it.

Another source linked to data journalism describes how to relate to the actors who produce these reports, which constitutes another way of relating to the data, distinct from the mere reproduction of the cable sent by the news agency:

We often partner with ACIJ, Poder Ciudadano, and the Legislative Branch, who possess the bureaucratic expertise on how institutions and tools function—the kind of expertise needed for advocacy. If we had to build that *expertise* from the editorial side, it would take us years.

The link between the media outlet and the organizations exists through alliances (whether formal or informal) that ensure these organizations are “heard,” while the media outlet crafts a structured approach to make the message more impactful. In this sense, “...the idea is to forge alliances so they have a way to channel their voice and amplify it, and we contribute technology and technical expertise to deliver a more robust message,” the journalist adds. Once again, we see how data journalism contributes to shaping the message of the story.

In my case, I believe Citizen Power has direct involvement in Transparency International through its Argentine chapter. So, it’s like the local arm that’s there, because from that perspective, it’s not someone from the outside coming to see how Argentina is functioning, but rather the local people who have much more knowledge, who develop the index [...] they have *expertise* built up over many years...if a private entity can develop indicators, that’s great, because we use indicators from private consulting firms. But from this perspective, if we had to build it *in-house*, here at the newspaper, you need to build a lot of *expertise* that you don’t have. So, NGOs are a huge help there.

These links also occurred from the perspective of the OICs, since when we inquired about this aspect we found the existence of well-oiled relationships between these organizations and the media, as indicated by a high-ranking source:

I’m not in communications, but yes. First, the goal is to raise awareness, because there are proactive communication and distribution activities, and second, there’s a department in each office—a specific communications department. Every website *has* a contact person who can answer your questions.

It should also be noted that many of these indicators are produced by private companies specializing in generating measurements, and therefore have a cost for the service provided. This occurs within the framework of the newspaper’s contracts, as indicated by our journalistic source:

[Also], you have indicators that are paid, that’s an issue. For example, JP Morgan has Country Risk, so often if you have an indicator that can put the situation into context or explain why something is happening in the country, whatever, many are paid, others aren’t. If I’m not mistaken, we have a service with Reuters that uses a couple of economic indicators, so we have useful information for that. That’s good.

Once the communication takes place, feedback is generated from the organizations, as a journalistic source states: “The organizations contact [La Nación Data], as if they saw the article, as if they are paying attention when information comes out about what they measure.” In this way, the NGOs add a supervisory role and maintain constant contact where the power asymmetry is evident.

Discursive strategies of legitimation

This particular type of indicator contains legitimizing mechanisms, as well as orders of justification, that support the anchoring in histories and the quantification process:

The explanation for this lies again in its content, now as a justification that supports discursive strategies of explanation and legitimation. And it can be expected that quality conventions, such as industrial or market conventions, which have a close affinity with numbers as cognitive forms, will be the most powerful in this regard. (Diaz-Bone, 2016, p. 58)

Indeed, several conventions may coincide, such as the aforementioned market and civic conventions. A discursive strategy of legitimacy is also built upon the latter, based on involvement and social responsibility. This was mentioned by those who disseminate this data in the press, revealing a strategy of active co-participation in the process.

...our task is more of a social responsibility, to ensure that everything is... that is, to achieve slightly fairer societies. It becomes very necessary to disseminate information, not just to disseminate and spread the word, but to anchor the indicators in stories [...] if you have better indicators, there are things you can adapt or improve before they fail. The State saves money, people can be much better off, and you avoid a lot of things that might happen. [...] How are you going to have an impact if you don't know what to impact?

The market and civic conventions are present in the preceding narrative: the State must be efficient and save money, and data journalism advocates for a better society while facilitating information processing. It also advocates for the participation of civil society in these processes. Based on prior work with the data (a distinction when compared to financial indicators or official statistics), which involves aesthetic presentation and enabling the reader/user to access the data through downloads, they are invited to participate and evaluate its quality. Unlike

more traditional journalism, data journalism expresses an elective affinity for open data and open government policies (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Hansen, 2015), as we have just shown.

Numerical information expands more easily across time and space than other types of information⁸, and it practically requires no language translation process (Diaz-Bone, 2016; Knorr Cetina, 2010). Furthermore, it carries an intrinsic kind of authority, as suggested by the academic source: “The moment you present it, regardless of how that number was formed, whether it has any meaning, or how that indicator was created, people perceive it as an authority because there is a number.” This means that, despite being a sign, the number legitimizes the work of the person who produces it (Broome; Quirk, 2015).

Conclusions and new questions.

Throughout this writing, we have seen how the word governance began to be used by a sector of the press during the period in question, and how journalistic notes on institutional quality and rankings associated with these terms were published in the Argentine newspaper *La Nación*.

We analyzed the frequency of specific terms, observing behaviors that reproduce rankings and compare, while simultaneously evaluating, the country's position without questioning how those rankings are constructed. Despite the illusion of transparency, governance and institutional quality indicators are used by stakeholders in the financial world, as well as by actors involved in the production and dissemination of these figures. In this sense, data journalism plays a central role, exhibiting a dynamic with points of contact with other subfields such as economic journalism. Among these points of contact are the consequences of the digital transformation of journalism, the idea of expert knowledge as a tool for legitimization, and the use of data without questioning its methodological framework or principles of validity, while reproducing ideological frameworks inclined toward the preferences of international organizations. Simultaneously, a distinctive feature of data journalism was its relationship, through formal and informal contracts, with various international organizations that promote, with varying nuances, this vision of governance.

In short, these indicators, along with the relational dynamics of the actors involved in their production, use, dissemination, and reproduction, contribute to the legitimization of a market order behind a facade of transparency, neutrality, and

⁸ Numbers and rankings, unlike words, do not require interpretation, but are also perceived as impartial and unblemished facts (Fioramonti, 2014, p. 192).

expertise (technical or intellectual). Added to this is another form of legitimization by data journalism, which consists of participating in and collaborating with the datafication of life.

As we have seen, political tensions are not absent from the body of editorials, which, as we have also seen, showed strong activity during the 2007-2011 election period, in line with internal conflicts with the agricultural export sector. This issue challenges the socially constructed role of journalism and NGOs as evaluators and watchdogs of governments, occupying spaces within the media landscape.

Finally, the results lead us to reflect on how the media actively contribute to the datafication of social spheres, by constructing political discourses through the dissemination of data, appealing to a social commitment that goes beyond the mere publication of numbers.

We believe that for future approaches to this problem it would be convenient to extend the time frame to a more current period and compare these processes with others linked to indicators of a similar nature (economic, financial) and from other countries.

What we can definitely affirm is that the dissemination of the ideas of governance and institutional quality promoted by credit organizations such as the World Bank (and other NGOs) is the reproduction of the authority structure of the international system (Löwenheim, 2008).

REFERENCES

ACEMOGLU, D.; JOHNSON, S.; ROBINSON, J. A. Institutions as a Fundamental Cause of Long-Run Growth. In: AGHION, P.; DURLAUF, S. N. (Eds.). **Handbook of Economic Growth**. North Holland: Elsevier, 2005. v. 1, p. 385–472.

ANTHONY, L. **AntConc**, Waseda University. Disponible en <http://www.laurenceanthony.net/software/>, 2019. Disponible em: <<http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/>>

ARNDT, C. The Politics of Governance Ratings. **International Public Management Journal**, v. 11, n. 3, p. 275–297, 2008.

ARNDT, C.; OMAN, C. **Uses and Abuses of Governance Indicators**. Paris: OECD Development Centre, 2006. Disponible em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/21/16/40037762.pdf>>

ARONSKIND, R. **Riesgo país. La jerga financiera como mecanismo de poder**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2007.

BELTRAN, G. J. Las prácticas del poder. Discusiones en torno al problema de la acción política empresarial. **Apuntes: Revista de Ciencias Sociales**, v. 39, n. 70, p. 69–102, 2012.

BOTTO, M. ThInk tanks en américa latina: radiografía comparada de un nuevo actor político. In: ASTE, N. C.; MENDIZABAL, E. (Eds.). **Vinculos entre conocimiento y política: el rol de la investigación en el debate público en América Latina**. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social- Universidad del Pacífico, 2011. p. 83–112.

BROOME, A.; QUIRK, J. Governing the world at a distance: the practice of global benchmarking. **Review of International Studies**, v. 41, n. 5, p. 819–842, 2015.

CAMOU, A. Los consejeros del príncipe. Saber técnico y política en los procesos de reforma económica en América Latina. **Nueva sociedad**, v. 152, p. 54–67, 1997.

CHUCHCO, N. V. Midiendo el respeto a las instituciones y las capacidades del Estado en América del Sur. Un análisis relacional sobre cuatro dimensiones de los Indicadores Internacionales de Gobernanza (2017-2018). **AWARI- Revista de la Asociación Latinoamericana de Análisis de Redes Sociales**, v. 1, n. 1, p. 198–211, 2020. Disponible em: <<http://ojs.sites.ufsc.br/index.php/awari/article/view/4267/3202>>

CHUCHCO, N. V. **Fabricar la confianza**: producción, circulación y usos de los indicadores internacionales de gobernanza y calidad institucional en Argentina (1996-2018). Orientador: Dr. Federico Lorenc Valcarce. 2022. 321f. Tese (Doutorado)-Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2022.

COMET, C. How does the inner circle shape the policy-planning network in France? **Socio-Economic Review**, v. 17, n. 4, p. 1021–1101, 2019.

CRUCIANELLI, S. ¿Qué es el periodismo de datos? **Cuadernos de periodistas**, v. 26, p. 106–124, 2013.

DANIEL, C. La cuantificación de la realidad como objeto sociológico. Aportes y enfoques recientes. In: XI JORNADAS DE SOCIOLOGÍA. FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES. UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. 13 AL 17 DE JULIO, BUENOS AIRES, 2015, Buenos Aires. **Anais [...]**. Buenos Aires: [s. n.], 2015. Disponible em: <http://www.aacademica.org/000-061/402>.

DANIEL, C.; VOMMARO, G. Poor in Numbers: A Contribution to a Social History of Social Statistics in Contemporary Argentina. **Journal of Latin American Studies**, v. 49, n. 3, p. 463–487, 2016.

DE SANTOS, M. Los fact-totems y la imaginación estadística: la vida pública de una estadística en la Argentina de 2001. **Apuntes CECYP**, v. 0, n. 18, p. 147–180, 2010.

DELLEPIANE AVELLANEDA, S. Good Governance, Institutions and Economic Development: Beyond the Conventional Wisdom. **British Journal of Political Science**, v. 40, n. 1, p. 195–224, 2009.

DEZALAY, Y.; GARTH, B. Patrones de inversión jurídica extranjera y de transformación del Estado en América Latina. **Culturas jurídicas latinas de Europa y América en tiempo de globalización**, p. 723–748, 2003.

DIAZ-BONE, R. Convention theory, classification and quantification. **Historical Social Research**, v. 41, n. 2, p. 48–71, 2016.

DOMÍNGUEZ, M. Á. C. Nuevas formas informativas: el periodismo de datos y su enseñanza en el contexto universitario. **Historia y comunicación social**, v. 19, n. 2, p. 43–54, 2014.

ERKKILÄ, T.; PIIRONEN, O. (De) politicizing good governance: the World Bank Institute, the OECD and the politics of governance indicators. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 27, n. 4, p. 344–360, 2014.

ESPELAND, W. N. Reverse Engineering and Emotional Attachments as Mechanisms Mediating the Effects of Quantification. **Historical Social Research**, v. 41, n. 2, p. 280–304, 2016.

FINE, B.; WAEYENBERGE, E. Van. Corrigiendo a Stiglitz: de la información al poder en el mundo del desarrollo. In: LEYS, C.; PANITCH, L. (Eds.). **Socialist Register 2006: diciendo la verdad**. Buenos Aires: CLACSO, 2007. p. 185–209.

FINK, K.; ANDERSON, C. W. Data Journalism in the United States: Beyond the “usual suspects”. **Journalism Studies**, v. 16, n. 4, p. 467–481, 2015.

FIORAMONTI, L. **How numbers rule the world: The use and abuse of statistics in global politics**. London: Zed Books, 2014.

GRAY, J.; BOUNEGRU, L.; CHAMBERS, L. **The data journalism handbook: how journalists can use data to improve the news**. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2012.

HANSEN, H. K. Numerical operations, transparency illusions and the datafication of governance. **European Journal of Social Theory**, v. 18, n. 2, p. 203–220, 2015.

HEILBRON, J.; SAPIRO, G. Outline for a sociology of translation: Current issues and future prospects. In: WOLF, M.; FUKARI, A (Eds.). **Constructing a sociology of translation**, Madrid: John Benjamins Publishing Company, 2007. p. 93–107.

HEREDIA, M. Los centros privados de expertise en economía: génesis, dinámica y continuidad de un nuevo actor político en la Argentina. In: VOMMARO, G. (Ed.). **Saber lo que se hace. Política y expertise en Argentina**. Buenos Aires: Prometeo, 2012. p. 297–338.

HEREDIA, M. **Cuando los economistas alcanzaron el poder (o cómo se gestó la confianza en los expertos)**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2015.

KNORR CETINA, K. The epistemics of information: A consumption model. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 2, p. 171–201, 2010.

LORENC VALCARCE, F.; VOMMARO, G. **La política en plural. Investigaciones sociales sobre la política contemporánea**. Mar del Plata: EUEM, 2020. Disponível em: <https://issuu.com/eudem/docs/la_pol_c3_adtica_en_plural>

LÖWENHEIM, O. Examining the State: A Foucauldian perspective on international “governance indicators”. **Third World Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 255–274, 2008.

MARCHETTI, D. Sub fields of specialised journalism. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Eds.). **Bourdieu and The Journalistic Field**. [s.l.]: Polity Press, 2005. p. 64–84.

Mauricio Macri: “Siempre estuve en contra del 2x1, más aún por crímenes de lesa humanidad”. **La Nación**, Buenos Aires, 10 maio. 2017. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/politica/mauricio-macri-siempre-estuve-en-contra-del-2x1-mas-aun-por-crimenes-de-lesa-humanidad-nid2022427/>>. Acesso em: 4 abr. 2021.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Intelectuales y expertos. Hacia una sociología histórica de la producción del conocimiento sobre la sociedad en la Argentina. In: NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. (Eds.). **Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina**. Buenos Aires: Paidós, 2004. a. p. 15–30.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Internationalisation et développement. Les « Di Tella » et la nouvelle économie en Argentine. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 1–2, n. 151–152, p. 57–67, 2004. b.

NORTH, D. C. **Institutions, Institutional Change, and Economic Performance**. New York: Cambridge University Press, 1990. a.

NORTH, D. C. A Transaction Cost Theory of Politics. **Journal of Theoretical Politics**, v. 2, n. 4, p. 355–367, 1990. b.

PEDROSO, A. O espaço atual do jornalismo Econômico brasileiro: Gerações, origem social e dinâmica profissional. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, n. 2–3, p. 133–152, 2015.

PERISSINOTTO, R.; DE ALBUQUERQUE, M. C. M.; DIAS, R. P.; PORTELA, P.; PEDRO HENRIQUE, P. H. C. The economics columnists elite as an epistemic community: a network analysis (2019–2021). **Estudos Historicos**, v. 37, n. 81, p. 1–26, 2024.

PESTRE, D.; WEINGART, P. Governance of and Through Science and Numbers: Categories, Tools and Technologies. **Minerva**, v. 47, n. 3, p. 241–242, 2009.

RHODES, R. A. W. **Understanding Governance: Policy Networks, Reflexibility and Accountability**. Londres: Open University Press, 1997.

SELIGSON, M. A. The Measurement and Impact of Corruption Victimization: Survey Evidence from Latin America. **World Development**, v. 34, n. 2, p. 381–404, 2006. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/7b92/281ab4c7d56dea4a59cb2b5e0494cfa851a.pdf>>

SIDICARO, R. **La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación, 1909-1989**. Buenos Aires: Sudamericana, 1993.

SIDICARO, R. Consideraciones a propósito de las ideas del diario La Nación. In: WAINERMAN, C.; SAUTU, R. (Eds.). **La Trastienda de la investigación**. Buenos Aires: Ediciones Manantial. p. 79–96.

STONE, D. “Shades of grey”: The World Bank, knowledge networks and linked ecologies of academic engagement. **Global Networks**, v. 13, n. 2, p. 241–260, 2013.

STONE, D. The Group of 20 transnational policy community: governance networks, policy analysis and think tanks. **International Review of Administrative Sciences**, v. 81, n. 4, p. 793–811, 2015.

SUPIOT, A. **La Gouvernance par les nombres - Cours au Collège de France (2012-2014)**. Paris: Fayard, 2015.

UNDURRAGA, T. Making News, Making the Economy: Technological Changes and Financial Pressures in Brazil. **Cultural Sociology**, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017. Disponível em: <<https://cyberleninka.org/article/n/1335516.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2025.

VIEIRA, A. M.; CHIARAMONTE, A. R. Os economistas-colunistas no debate sobre as reformas no Brasil. **Estudos de Sociologia**, v. 24, n. 47, p. 137, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/12845>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

VIEIRA, A. M.; CHIARAMONTE, A. R. O Instituto Millenium na busca por poder. **Tempo Social**, v. 33, n. 1, p. 169–202, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ts/a/vDJPBX5BSzwhq5ZvmMcpbTd/>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

ZUNINO, E. **La cobertura mediática del “conflicto campo – gobierno” de 2008 en la prensa gráfica argentina**. Un estudio comparativo de las agendas informativas sobre la Resolución N° 125/08 de los diarios Clarín, La Nación y Página/12. Orientadora: Dra. Natalia Aruguete. 2016. 347f. Tese (Doutorado)-Secretaría de Posgrado. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2016.

ZURBRIGGEN, C. La utilidad del análisis de redes de políticas públicas. **Argumentos**, v. 24, n. 66, p. 181–209, 2011. a. Disponível em: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952011000200008&lng=es&tlng=es>

ZURBRIGGEN, C. Gobernanza: una mirada desde América Latina. **Perfiles Latinoamericanos**, v. 19, n. 38, p. 39–64, 2011. b. Disponível em: <<http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v19n38/v19n38a2.pdf>>

JORNALISMO DE DADOS E O USO DE INDICADORES DE BOA GOVERNANÇA E QUALIDADE INSTITUCIONAL NA ARGENTINA (1996-2018).

*Nicolás Vladimir CHUCHCO**

RESUMO: Este estudo analisa como os indicadores de qualidade institucional e governança são disseminados na imprensa argentina, com foco no jornal La Nación devido à sua ampla cobertura entre 1996 e 2018. O objetivo principal é examinar como o conceito de “governança” passou a fazer parte do discurso público, especialmente nos círculos políticos e na mídia impressa. Foi utilizado um corpus de mais de mil artigos de jornal contendo referências a rankings de qualidade institucional. A metodologia combinou análise de conteúdo quantitativa e entrevistas com informantes-chave. Os resultados mostram que o uso do termo governança aumentou durante o período, embora de forma desigual. Embora as reportagens abordem questões locais e internacionais, os editoriais adotam uma abordagem normativa e centrada no governo. O estudo conclui que a mídia, por meio desses indicadores, contribui ativamente para a construção do discurso político e a legitimação de visões ideológicas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo de Dados. Qualidade Institucional. Boa Governança

Introdução: a imprensa gráfica como espaço de divulgação de notícias e indicadores sobre governança e qualidade institucional.

Nas últimas décadas, testemunhamos a proliferação e disseminação de uma infinidade de indicadores concebidos para objetivar e mensurar a qualidade institucional dos países (Arndt & Oman, 2006; Broome & Quirk, 2015). Isso se explica, em parte, pela consolidação de ideias econômicas neoinstitucionalistas, em que um

* Professor Adjunto e Pesquisador da Universidade Nacional de Tres de Febrero (UNTREF). Centro Interdisciplinar de Estudos Avançados (CIEA). Sáenz Peña, Argentina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3450-201X>. E-mail: nchuchco@untref.edu.ar.

setor ligeiramente afastado da ortodoxia econômica passou a destacar o arcabouço institucional dos países como motor do desenvolvimento (Acemoglu, Johnson & Robinson, 2005; North, 1990a, 1990b). As Organizações Internacionais de Crédito (OICs) não ficaram imunes a essas ideias, de modo que os resultados modestos das reformas estruturais da década de 1990 para países como a Argentina são agora explicados por marcos institucionais deficientes: as instituições “importam” (Fine & Waeyenberge, 2007). Foi a partir daí que foram produzidos inúmeros indicadores concebidos para medir aspectos como a percepção da corrupção, a facilidade de fazer negócios, o cumprimento do Estado de direito e outros aspectos institucionais (Arndt, 2008).

Embora existam vários indicadores desse tipo, muitos usuários (ICOs, investidores, Organizações Não Governamentais Internacionais—ONGs—etc.) se baseiam em um grupo específico deles, fundamentado principalmente na percepção subjetiva do ambiente de negócios (Erkkilä; Piironen, 2014; Seligson, 2006), que visa obstruir as tensões de poder e promover ações para garantir a propriedade privada, a segurança jurídica dos investimentos e uma economia de mercado aberta para reduzir custos.

A partir de 1990, surgiu a literatura sobre “governança”, um conceito adaptável a múltiplos significados que se refere, de forma geral, à atual transição de uma autoridade governamental hierárquica e centralizada, que anteriormente tomava decisões sobre políticas públicas, para as relações entre o governo e uma pluralidade de atores, refletindo a interdependência entre eles e a maior influência da sociedade civil e das organizações de mercado sobre as políticas públicas (Zurbriggen, 2011a), por meio de processos e redes complexas entre organizações formais que possuem um grau de autonomia (Rhodes, 1997). No entanto, a interpretação de governança por organizações como o Banco Mundial e outras (BID, OCDE, PNUD) tem sido a noção predominante na América Latina (Zurbriggen, 2011b)¹.

Apesar das críticas metodológicas e teóricas que surgiram em relação a esses indicadores, analistas, formuladores de políticas, jornalistas e funcionários frequentemente os consideram representações válidas da realidade social, servindo como base para as visões e práticas de especialistas, empresários e cientistas sociais. Dessa forma, o conhecimento especializado e a linguagem especializada que legitimam a credibilidade dessas técnicas estão fortemente associados às demandas do mercado internacional para os países emergentes, moldando instituições pró-mercado, obstruindo caminhos para o desenvolvimento autônomo e excluindo progressivamente da discussão organizações que antes participavam dos debates sobre essas questões, como universidades, sindicatos e partidos políticos tradicionais, entre outros (Botto, 2011; Camou, 1997; Dezalay & Garth, 2003; Heredia, 2012; Pestre & Weingart, 2009).

¹ Para diferentes tipos e significados dessas organizações, veja CHUCHCO (2022).

Outros trabalhos dentro dos estudos do subcampo do jornalismo econômico (Marchetti, 2005; Pedroso, 2015) mostraram as pressões do processo de “financeirização” das notícias no Brasil (Undurraga, 2017), o que implica que o jornalismo produz notícias para o mercado em vez de para o público em geral, enquanto outros trabalhos adotaram uma abordagem relacional para a análise de colunistas economistas em jornais no Brasil (Perissinotto et al., 2024; Vieira; Chiaramonte, 2020), o estudo das relações de financiamento entre ONGs e OICs no caso da Argentina (Chuchco, 2020, 2022) e de diferentes ONGs e suas redes de relacionamento no Brasil e na França (Comet, 2019; Vieira; Chiaramonte, 2021), para citar alguns exemplos².

No caso da Argentina, existe um valioso contexto sobre o estudo da construção e circulação de indicadores econômicos e financeiros, como o Risco País (De Santos, 2010), ou sobre o uso do léxico “especializado” como mecanismo de poder (Aronskind, 2007), como os economistas conseguiram se estabelecer em uma posição de poder ao lado de centros privados de “expertise” (Heredia, 2012, 2015), a relação entre intelectuais, especialistas e processos de internacionalização e desenvolvimento (Neiburg; Plotkin, 2004a, 2004b), bem como as relações entre especialistas e dinâmicas organizacionais envolvidas nas reformas dos anos 90 na Argentina (Beltran, 2012).

Embora muitos indicadores econômicos tenham sido estudados sob diferentes perspectivas, como a sociologia política (Heredia, 2015; Lorenc Valcarce; Vommaro, 2020) e a sociologia da quantificação (Daniel; Vommaro, 2016; Espeland, 2016)³, pouca literatura aborda como os indicadores aqui propostos são disseminados em nível local.

O objetivo deste estudo é investigar como os indicadores de qualidade institucional e governança são reproduzidos e disseminados na imprensa argentina, utilizando as publicações do jornal La Nación como estudo de caso central. A análise foi limitada a este jornal por ter dedicado o maior espaço a esses temas nas últimas três décadas e por ter sido identificado como uma autoridade líder no assunto por importantes atores envolvidos, devido à sua ampla cobertura de dados agregados relacionados à governança.

O principal objetivo deste artigo é, portanto, examinar como os indicadores de qualidade institucional e o conceito de “governança” (Dellepiane Avellaneda, 2009; Zurbriggen, 2011b) conseguem se difundir para além do campo dos especialistas em políticas públicas, onde se originaram, para se tornarem termos de uso cotidiano. na opinião pública e em certos setores políticos identificados com grupos

² É claro que não pretendemos ser exaustivos.

³ O que considera que os indicadores são uma forma de representação de um modelo conceptual onde as suposições cognitivas ligadas à ação de medir deslocam os debates sobre a operacionalização da mesma (Daniel, 2015).

muito distantes do progressismo. Por sua vez, o estudo buscou analisar as intenções políticas e a ideologia de certos veículos de comunicação (o jornal *La Nación*), com base em seus editoriais.

Este trabalho, que é um desdobramento de minha pesquisa anterior⁴, analisa um conjunto de mais de mil artigos do jornal *La Nación*, publicados entre 1996 e 2018. O período analisado abrange de 1996 (início da crise da conversibilidade e primeiras aparições do termo “governança”) a 2018 (ano em que a Argentina retornou ao FMI). O critério de seleção desses artigos foi a presença de informações relacionadas a rankings de qualidade institucional e boa governança, seja em seções específicas ou em editoriais do jornal.

As ferramentas metodológicas que utilizamos incluem a análise quantitativa de conteúdo e a construção de categorias analíticas que incorporam tanto o conteúdo de notas quanto de entrevistas realizadas com informantes-chave (jornalistas do *La Nación Data* e outros meios de comunicação, ONGs, funcionários e representantes de OICs), cuja identidade é mantida em anonimato por acordo prévio.

A divulgação de rankings e a boa governança na Argentina

A Argentina não foi exceção à proliferação e circulação de indicadores de qualidade institucional (QI) em todo o mundo, e este texto visa examinar como e com que intenção certos indicadores são reproduzidos e disseminados na mídia, especificamente na mídia impressa. Para examinar como esses indicadores (que, embora não sejam estritamente econômicos como o índice *Riesgo País*, o *Doing Business etc.*, compartilham inúmeros pontos de contato) são reproduzidos e disseminados, analisamos artigos de notícias contendo termos associados a indicadores de qualidade institucional, como a palavra “governança” (*governanza*), nos jornais de maior circulação na Argentina: *La Nación*, *Clarín* e *Infobae*. *La Nación* dedicou o maior espaço a esses artigos durante o período analisado. Coincidentemente, este jornal foi identificado como uma autoridade líder no tema pelos entrevistados, que atribuíram importância editorial à publicação desse tipo de dado. Este último ponto se baseia no fato de ser um veículo pioneiro na conformação de uma área específica dedicada à disseminação e produção de dados: *La Nación Data*⁵.

Portanto, tomamos a decisão metodológica de limitar a análise a artigos do jornal *La Nación*. Isso se baseia nas razões já expostas e também na necessidade de delimitar o corpus a ser analisado, deixando em aberto para pesquisas futuras a investigação de como a governança e a inteligência competitiva são construídas em

⁴ Para isso, veja Chuchco (2020, 2022) .

⁵ Veja o site em <https://www.lanacion.com.ar/data>.

outros meios de comunicação (por exemplo, a revista Mercado, Fortuna, o jornal Clarín, entre outros) com o auxílio desse tipo de indicador.

Uma análise detalhada dessas notas oferece uma visão geral de como um conceito transcende o campo específico dos especialistas em políticas públicas onde se originou, tornando-se um termo cotidiano na opinião pública e em certos setores políticos, impulsionado pelo jornalismo de dados e editoriais. Primeiramente, classificamos e analisamos a evolução desses tipos de notas ao longo dos anos. Para a análise quantitativa dos dados textuais, utilizamos o software *AntConc*. (Anthony, 2019), enquanto o programa *Atlas.ti* foi usado para a análise de conteúdo qualitativa, bem como para as informações provenientes das entrevistas.

O jornal La Nación e o jornalismo de dados.

Quando perguntados sobre quais veículos de mídia impressa publicam com mais frequência esse tipo de notícia, o jornal La Nación foi mencionado com particular ênfase, especialmente em relação ao “jornalismo de dados” (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Fink; Anderson, 2015; Gray; Bounegru; Chambers, 2012) . Os jornalistas entrevistados responderam a essa pergunta dizendo que “...La Nación é líder no tratamento de estatísticas e rankings, que são interessantes...” ou que “Acho que La Nación é líder, Infobae... vem em seguida”.

A seção La Nación Data foi criada em outubro de 2010⁶ e inclui um blog de jornalismo de dados abertos, páginas em redes sociais e artigos publicados tanto na edição impressa quanto na digital. A edição digital apresenta visualizações que podem ser reutilizadas e compartilhadas, exigindo a participação de programadores, especialistas em sistemas de informação geográfica, designers gráficos e jornalistas. Ela também mantém relações consultivas e de colaboração com ONGs locais e internacionais, bem como com órgãos públicos e usuários individuais da plataforma.

Embora o jornalismo de dados e o jornalismo econômico compartilhem o fato de consagrar os dados como uma fonte indiscutível de legitimidade, eles diferem na amplitude dos tópicos que o primeiro pode abordar, enquanto o segundo se concentra em questões econômicas e financeiras.

No caso de informantes pertencentes a agências de desenvolvimento, a mesma afirmação foi confirmada, cristalizada na seguinte declaração, destacada pelo departamento de dados: “...na Argentina, acho que há muito contato com La Nación, especialmente porque lá se encontra o La Nación Data. E esse repositório é ótimo [sic], não sou especialista em comunicação, mas sei que artigos são publicados em La Nación e no Clarín, principalmente do Banco Mundial.”

⁶ Esta plataforma pode ser consultada em <http://interactivos.lanacion.com.ar/rankings/> [último acesso em 30/04/2025].

Nesse sentido, afirma-se que “...os editoriais [do jornal La Nación] são bem elaborados; eu diria que esse é o aspecto mais sério, independentemente de se concordar ou discordar ideologicamente de alguns pontos”. Praticamente todos os entrevistados citaram o jornal La Nación Data como a primeira fonte mencionada, que, como veremos, desempenha um papel importante na disseminação e reprodução desses indicadores. Certamente, a informação digital sem papel, baseada em algoritmos, acelera e amplia esses processos, com implicações para o alcance das relações sociais (Hansen, 2015). Dessa forma, esses dados são disponibilizados ao leitor, tendo passado por um processo que os torna atraentes e utilizáveis, de modo que o leitor também se torna um usuário e se sente envolvido ao poder utilizá-los, formando uma visão da realidade que não questiona a natureza da construção ou as tensões políticas que ela possa acarretar, uma vez que é um produto da evidência (Vieira; Chiaramonte, 2020). Ao mesmo tempo, esses dados não provêm de um leitor comum, mas sim das percepções da comunidade empresarial e de especialistas.

Quando perguntamos aos entrevistados a quem eles acreditavam que esses artigos sobre governança e qualidade institucional eram direcionados, ou qual era a sua opinião sobre a cobertura que essas matérias receberam, encontramos respostas díspares. Para os informantes da área jornalística, o público-alvo desses artigos acabou sendo “especializado”, o que se traduz em um público de especialistas ou uma comunidade fechada. Nesse sentido, uma fonte importante ligada ao jornalismo de dados do jornal afirmou que esses artigos são direcionados a:

...por um lado, para o público do La Nación e, por outro, para um público um pouco mais técnico, que é a comunidade de dados abertos ou *data science*, ou pessoas que estudam políticas públicas; fazemos muitas coisas no blog de dados do La Nación, divulgamos indicadores como o indicador de *Conhecimento Aberto*. *A Fundação*, as iniciativas de transparência, é uma nota que, para o jornal, seria como se ocupasse dois segundos na página *inicial* ou fosse muito pouco espaço na *página inicial* [na página principal do site do jornal], mas sabemos que se formos ao *blog*, a comunidade está interessada nisso, então sabemos diretamente que teremos um consumidor fixo e fiel ali.

A referência ao público-alvo como um “consumidor fiel e regular” faz parte do processo de categorizar o leitor como consumidor, introduzindo uma lógica pró-mercado que é legitimada sem questionamento. Além disso, a fonte de imprensa também categoriza o público-alvo como “acadêmico” e, dentro do público em geral, menciona “beneficiários” ou indivíduos “curiosos”, além de especialistas que trabalham com esses dados.

Entretanto, outra fonte jornalística, situada em um espectro ideológico diferente do jornal La Nación, também indicou que esses artigos, especialmente os sobre rankings, são direcionados a um público pequeno e limitado, para quem a posição da Argentina no ranking implica algum tipo de valor.

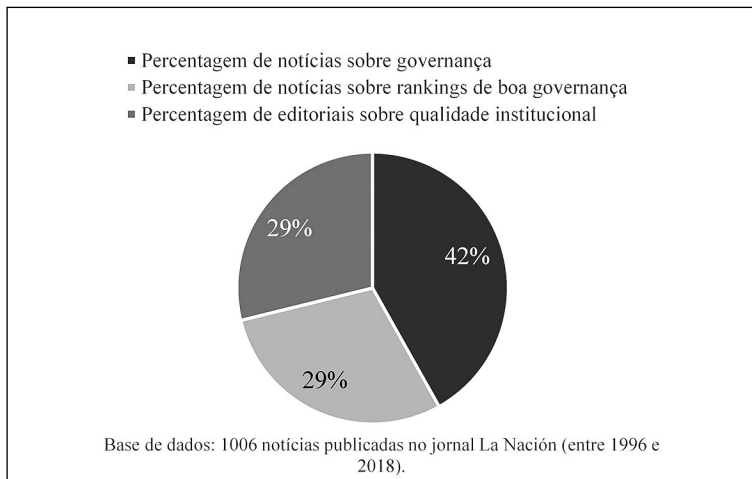
Pessoalmente, acho que é algo que preocupa mais a elite... Não consigo imaginar nenhum taxista ou dono de loja de ferragens surpreso ou se importando com o fato de a Argentina ter subido quatro posições no ranking de transparência ou algo do tipo. Acredito, no entanto, que na comunidade global, em ONGs, governos e empresas, isso possa ter alguma utilidade.

No entanto, as percepções de setores fora do jornalismo foram diversas. Aqueles do setor de ONGs indicaram que os artigos, especialmente os que incluem rankings, podem ser de maior interesse, como afirmou uma fonte importante de uma ONG local: “eles abordam o tema, só que não é notícia de primeira página, não é um assunto principal. Mas eles o abordam, especialmente quando vem na forma de um índice, porque a imprensa gosta [de rankings], gosta de tudo relacionado a isso”.

Notícias sobre “governança” e “qualidade institucional” no jornal La Nación.

Como demonstra o gráfico a seguir, foram analisados 1.006 artigos do jornal La Nación publicados entre 1996 e 2018 que cumprem com os parâmetros de busca, ou seja, que contenham alguma das palavras “governança” (*gobernanza*) e/ou “qualidade institucional” (*calidad institucional*) (ou expressão similar como “qualidade das instituições”, “bom governo”, etc.), “rankings” de indicadores de qualidade institucional e/ou notas editoriais (isto é, que não são assinadas por autor(es) e expressam a opinião do jornal matutino) nas quais qualquer um dos termos acima fosse encontrado.

Gráfico 1: Total de notícias agrupadas por tipo (Classificação, Governança e Qualidade Institucional (CI) em editoriais (1996-2018).



Fonte: Elaboração própria.

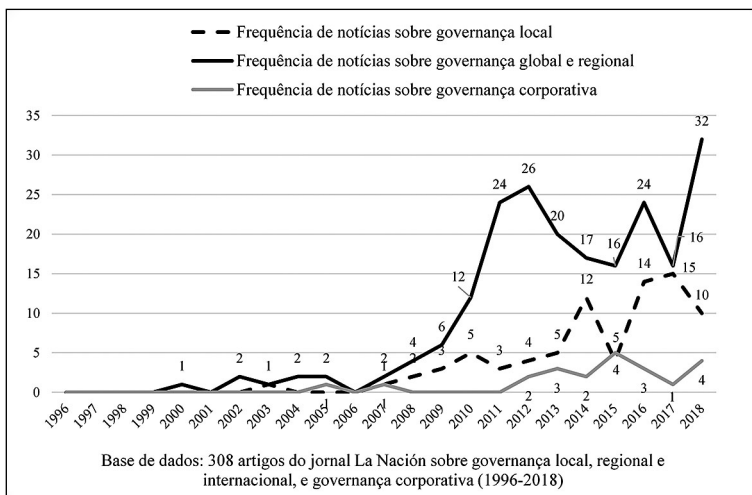
Das notas analisadas que seguiram os critérios mencionados, 42% se enquadram na categoria que indica a presença da palavra “governança”. Esse grupo foi ainda classificado de acordo com se referia à “Governança Geral” (quando a palavra “governança” aparece de forma intercambiável) ou à “Governança Específica” (quando se refere à governança em termos relacionados à boa governança e às instituições públicas e políticas).

Em relação às categorias de “Ranking” e “Qualidade Institucional (QI) em notas editoriais”, elas apresentaram valores semelhantes e, portanto, uma distribuição percentual similar, em torno de 29%.

Ao analisar artigos de jornal que continham o termo “governança”, podemos identificar, de forma geral, duas categorias principais: aqueles que abordam o termo na esfera pública e no governo, e aqueles que o abordam em outros contextos. O maior grupo de artigos focou em “Governança Global”. Em seguida, vieram os artigos sobre “Governança Não Específica”. Em terceiro lugar, foram incluídos artigos relacionados à “Governança Local” na Argentina, seja por questões regionais ou nacionais, seja em comparação com outros países. Por fim, havia a categoria de artigos que incluíam “Governança Corporativa”.

Classificamos as notas deste grupo (Governança Específica) por ano, para determinar se o aparecimento deste tipo de notícia foi homogêneo ao longo do período estudado ou se apresenta tendências.

Gráfico 2: Frequência de notícias sobre governança específica, agrupadas em Local, Global/Regional e Empresarial, por ano (1996-2018)



Fonte: Elaboração própria.

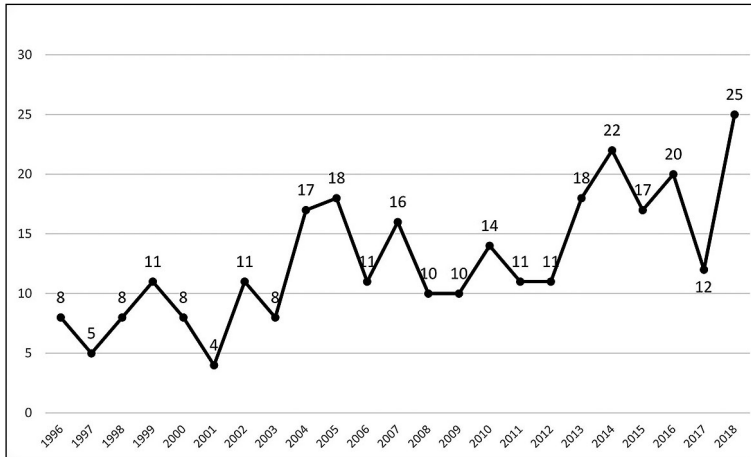
Como mostra o gráfico acima, é possível observar que as anotações sobre governança global e/ou regional (linha preta) são as mais frequentes e, portanto, as que mais contribuem para o crescimento da categoria “Governança Específica” ao longo dos anos.

Em segundo lugar, observa-se que a linha tracejada (“Governança Local”), embora menor em termos absolutos do que a subcategoria “Governança Global”, também mostra uma tendência de aumento de sua frequência ao longo do tempo.

Ao analisar o corpus textual das notas sobre Governança Local que compõem esta categoria, constatamos que as palavras mais frequentes correspondem a referências relacionadas ao *desempenho do país* e ao governo argentino. Os significados atribuídos ao termo “governança” nesse grupo de notas são variados, refletindo, em certa medida, a fluidez do conceito.

Notícias sobre indicadores de qualidade institucional mostram um aumento na atenção dada pelos jornais ao tema. Isso demonstra como os resultados desses indicadores afetam a posição da Argentina nessas avaliações globais.

Gráfico 3: Frequência de notícias contendo rankings de indicadores de QI por ano (1996-2018)



Fonte: Elaboração própria.

Como se pode observar no gráfico acima, as notícias sobre rankings de qualidade institucional não apresentam um padrão de crescimento uniforme. Ao contrário do gráfico sobre relatórios de governança, as notícias sobre rankings exibem características mais irregulares, embora com aumentos substanciais na frequência durante períodos eleitorais, especialmente após o segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner e durante grande parte do mandato de Mauricio Macri.

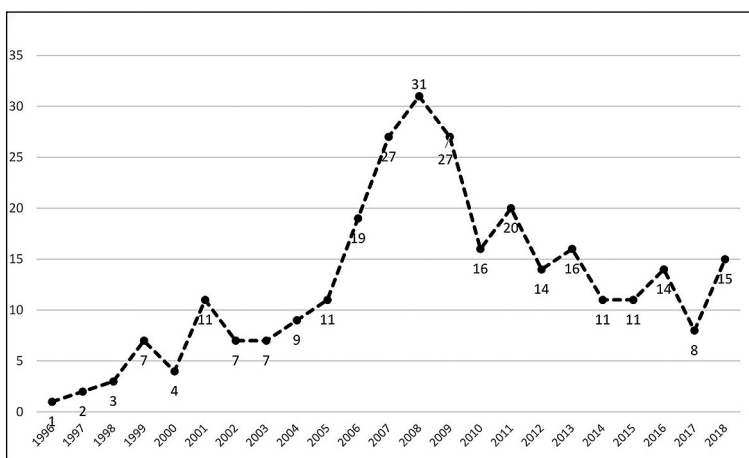
A análise das 295 notícias relacionadas aos rankings de qualidade institucional revela dois tipos principais de artigos. O primeiro tipo consiste em artigos que divulgam os rankings. O segundo tipo consiste em artigos que fazem referência aos rankings, respeitando o quadro regulatório que eles propõem.

Notas editoriais como a voz do jornal

Para abordar o conjunto de editoriais do jornal La Nación sobre governança e qualidade institucional, recorreremos à obra de Ricardo Sidicaro. (1993), em que analisa os editoriais do jornal de 1909 a 1989. Com base em milhares de editoriais, reconstrói os fios narrativos que representam as ideias políticas do jornal, concentrando-se no papel do Estado e suas relações com vários setores da sociedade, nas características desses setores e, relevante para este trabalho, “...a formação do sistema de representação política e a legitimidade dos atores envolvidos” (Sidicaro, 2010, p. 81) . Os pontos de convergência com o estudo mencionado residem na

caracterização da voz do jornal, que envolve questionar o papel socialmente construído do jornalismo (e agora também das ONGs) como fiscalizador do Estado e das diversas administrações governamentais. Apesar de abranger um período diferente daquele abordado por Sidicaro, observamos a parcialidade do jornal em relação ao setor agrícola, uma abordagem dos problemas que observa o Estado “de cima” e uma explicação que fornece ao leitor uma estrutura cognitiva para enxergar a realidade com os olhos “corretos” (Sidicaro, 1993, p. 523) . Certamente, observa-se um papel tutelar por parte do jornalismo e das ONGs, onde não apenas as ações do Estado são avaliadas, mas também seu papel na disputa pelo poder.

Gráfico 4: Número de notas editoriais (La Nación) que contêm qualidade institucional por ano — Argentina, 1996-2018



Fonte: Elaboração própria.

Ao contrário dos gráficos de tendência anteriores, este último mostra uma acentuada acumulação de frequências entre 2007 e 2009, com um pico em 2008 marcado pelo conflito com o setor agrícola⁷.

Não é surpreendente que as notas do jornal se identifiquem com o setor agroexportador e se diferenciem dos setores populares (Sidicaro, 2010), o que coincide com a forma como o jornal constrói os editoriais, combinando perspectivas explicativas e normativas nas narrativas e olhando para os atores “de cima” sem se identificar totalmente com eles (Sidicaro, 1993, 2010) .

⁷ Um estudo sobre como esse conflito foi representado em três jornais argentinos pode ser encontrado em Zunino (2016) .

Representações do papel do jornalista de dados

No entanto, existe uma intencionalidade no que diz respeito ao papel do jornalismo de dados na promoção de processos:

De modo geral, o que vejo é que ainda há muito trabalho a ser feito. Porque, no modelo de mídia atual, não é necessariamente algo que gere cliques, mas é algo de grande importância e relevância, não só institucionalmente, mas também para os indivíduos. Portanto, é preciso impulsionar esses processos. Aqui, temos a sorte de contar com uma equipe de jornalismo de dados e um compromisso editorial com os indicadores de transparência — em torná-los visíveis. Vocês verão que há muitos artigos; bem, sempre que o relatório da Transparência Internacional é publicado, há um artigo no *La Nación*. Não é um processo que precisamos forçar, mas acredito que, como outros veículos de comunicação, é preciso ancorá-lo em uma reportagem para torná-lo comercializável. Muitas vezes, o que acontece com esses índices é que eles usam muita linguagem técnica, o que dificulta o tratamento jornalístico da informação.

A relevância social desses dados depende de atores como jornalistas, que os traduzem, contextualizam e tornam visíveis (Heilbrun & Sapiro, 2007). No entanto, como aponta o jornalista, isso implica em “impulsionar processos” dentro de um ecossistema midiático onde o que é relevante muitas vezes não coincide com o que “gera cliques” (Undurraga, 2017). Isso evidencia um conflito entre a lógica do mercado da informação e a função cívica do jornalismo (e do jornalismo de dados). Os indicadores de transparência ou governança utilizam linguagem técnica, são elaborados para especialistas e exigem interpretação e ancoragem narrativa para ressoar com o público, o que denota uma intervenção ativa na formação da agenda pública e jornalística. Além disso, ao ser questionado sobre o papel do jornalismo de dados nessas questões, o entrevistado esclareceu:

...nossa tarefa é mais uma responsabilidade social, garantir que tudo isso... quero dizer, alcançar sociedades um pouco mais justas. É muito necessário disseminar informações, não apenas disseminá-las ou espalhá-las, mas ancorar os indicadores em histórias [...] Acho muito importante ter indicadores de como a administração pública funciona e como isso repercute nas pessoas. [...] porque como você vai causar impacto se não sabe o que impactar?

Assim se constrói uma estratégia discursiva de legitimidade baseada no envolvimento e na responsabilidade social, o que, por sua vez, indica um tom de avaliação da função pública. Soma-se a isso a influência das organizações multilate-

rais na consolidação de um discurso aparentemente autoevidente, resultado de serem um “banco de conhecimento” onde opera a lógica da “governança por números” (Supiot, 2015) . Nessa perspectiva, essas operações numéricas, juntamente com a ideia de transparência, contribuem para a “datificação” da boa governança (Hansen, 2015; Stone, 2013, 2015), descrevendo novas formas de pressão, legitimadas por uma linguagem especializada presente na fabricação e disseminação desses objetos cognitivos.

Como demonstrado anteriormente, um termo como “governança”, praticamente desconhecido em 1995, tornou-se *comum* em 2017. Referindo-se a um conflito na província de Santa Cruz, o então presidente Mauricio Macri declarou que se tratava de “resultado de muitos anos de má gestão” e apelou a “um retorno à transparência, à ordem e à organização na província, que está fora de todos os parâmetros de uma governança razoável” (“Mauricio Macri: ‘Sempre fui contra...’”, 2017). Dessa forma, um termo praticamente inexistente no final da década de 1990 passou a fazer parte do vocabulário de jornais e de diversos atores políticos locais, legitimando o papel de observador e avaliador das administrações governamentais para quem o utiliza.

Jornalismo e conhecimento especializado

Ao triangular as fontes, observou-se que os laços de cooperação entre ONGs e esse veículo de comunicação vão além da formalidade dos contratos. Foram mencionados acordos formais e informais entre ONGs e veículos de comunicação, que, nas palavras de um diretor de uma ONG conhecida, se expressam claramente da seguinte forma: “...quase sempre entregávamos as informações [um relatório anual sobre o controle da corrupção] primeiro ao Clarín e ao La Nación; não tínhamos um acordo formal, mas fornecíamos as informações a eles alguns dias antes e depois à maioria dos outros veículos...” (ONG2). Sobre essa modalidade, um informante da equipe de dados do jornal descreveu essa prática da seguinte forma...

Um dos relatórios com os quais sempre trabalhamos é o da TI (presumivelmente se referindo a uma organização específica). Eles publicam o relatório anualmente, e o capítulo argentino é feito pelo Poder Ciudadano. Quando estão prestes a divulgar o relatório, eles nos entregam uma cópia sob embargo, o que significa que a recebemos, mas não podemos distribuí-la. Atualizamos o mapa e escrevemos um artigo sobre como a posição da Argentina no indicador melhorou ou não. Depois, temos uma página com rankings internacionais. A página foi reformulada [...] para dar um toque visual renovado, mas a ideia é contextualizar os dados. Muitas vezes, para saber se a Argentina está se saindo bem ou mal, é preciso comparar

com o quê ou com quem. Portanto, acreditamos que publicar dados apenas por publicar, sem fornecer contexto, cria um viés para os leitores.

Como se pode ver, o objetivo é sempre determinar se a Argentina está “indo bem ou mal”, se melhorou ou piorou, primeiro em relação à medição anterior e depois em relação aos demais países, simplificando e legitimando grandes quantidades de dados de percepção em um número concreto que possa ser comparado com outros países. Além disso, a visualização das estatísticas é adicionada para reforçar o modelo realista, onde as avaliações são desprovidas de controvérsias, mostrando as categorias e posições do país como um atributo da realidade quando o modelo apenas “...traduz uma visão que lhe é imposta” (Daniel, 2015, p. 4) .

Além dos contatos informais entre ONGs e jornalistas, observou-se também a existência de bases de dados compartilhadas, e destacou-se o papel das agências de notícias na disseminação de rankings para uso em reportagens. Em suas próprias palavras, quando questionado sobre como obtinha os relatórios, um jornalista declarou o seguinte:

...eles chegam porque algumas dessas organizações têm um banco de dados de jornalistas que sabem como contatar, porque você entra em contato com um governo ou instituição internacional... porque eles enviam a informação para você, e pela internet... e por meio de agências de notícias. Agências de notícias internacionais e nacionais, mas agências como AFP, Reuters, etc. etc. DPA, ANSA, bem, elas são veículos de informação, então às vezes anunciam “...bem, a Argentina ficou em quarto lugar no ranking de produtores de espelhos...”, a partir daí você vai para o ranking e o explora.

Outra fonte ligada ao jornalismo de dados descreve como se relacionar com os atores que produzem esses relatórios, o que constitui outra forma de se relacionar com os dados, distinta da mera reprodução do telegrama enviado pela agência de notícias:

Frequentemente, estabelecemos parcerias com a ACIJ, o Poder Cidadão e o Poder Legislativo, que possuem a *experiência burocrática* sobre o funcionamento das instituições e ferramentas — o tipo de experiência necessária para a defesa de direitos. Se tivéssemos que desenvolver essa *experiência* do ponto de vista editorial, levaríamos anos.

A ligação entre o veículo de comunicação e as organizações existe por meio de alianças (formais ou informais) que garantem que essas organizações sejam “ouvidas”, enquanto o veículo de comunicação elabora uma abordagem estruturada

para tornar a mensagem mais impactante. Nesse sentido, “...a ideia é forjar alianças para que elas tenham uma maneira de canalizar sua voz e amplificá-la, e nós contribuimos com tecnologia e conhecimento técnico para transmitir uma mensagem mais robusta”, acrescenta o jornalista. Mais uma vez, vemos como o jornalismo de dados contribui para moldar a mensagem da reportagem.

No meu caso, acredito que a Citizen Power tem envolvimento direto com a Transparência Internacional por meio de sua filial argentina. Então, é como se fosse o braço local, porque, dessa perspectiva, não se trata de alguém de fora vindo para ver como a Argentina funciona, mas sim das pessoas locais que têm muito mais conhecimento, que desenvolvem o índice [...] elas têm *experiência* acumulada ao longo de muitos anos... se uma entidade privada pode desenvolver indicadores, ótimo, porque usamos indicadores de empresas de consultoria privadas. Mas, dessa perspectiva, se tivéssemos que desenvolver isso *internamente*, aqui no jornal, precisaríamos adquirir muita *experiência* que não temos. Então, as ONGs são de grande ajuda nesse sentido.

Essas ligações também ocorreram na perspectiva das OICs, visto que, ao investigarmos esse aspecto, constatamos a existência de relações bem estruturadas entre essas organizações e a mídia, conforme indicado por uma fonte de alto escalão:

Não trabalho na área de comunicação, mas sim. Primeiro, o objetivo é conscientizar, pois existem atividades proativas de comunicação e distribuição, e segundo, há um departamento em cada escritório — um departamento específico de comunicação. Cada site *tem* uma pessoa de contato que pode responder às suas perguntas.

Cabe ressaltar também que muitos desses indicadores são produzidos por empresas privadas especializadas em geração de métricas e, portanto, têm um custo pelo serviço prestado. Isso ocorre no âmbito dos contratos do jornal, conforme indicado por nossa fonte jornalística:

[Além disso,] existem indicadores pagos, o que é um problema. Por exemplo, o JP Morgan oferece o indicador de Risco País; muitas vezes, se você tem um indicador que pode contextualizar a situação ou explicar por que algo está acontecendo no país, por exemplo, muitos são pagos, outros não. Se não me engano, temos um serviço com a Reuters que usa alguns indicadores econômicos, então temos informações úteis para isso. Isso é bom.

Uma vez estabelecida a comunicação, as organizações geram feedback, como afirma uma fonte jornalística: “As organizações contatam [La Nación Data], como se tivessem visto o artigo, como se estivessem atentas quando surgem informações sobre o que elas medem”. Dessa forma, as ONGs assumem um papel de supervisão e mantêm contato constante onde a assimetria de poder é evidente.

Estratégias discursivas de legitimação

Este tipo específico de indicador contém mecanismos de legitimação, bem como ordens de justificação, que sustentam a ancoragem nas narrativas e o processo de quantificação:

A explicação para isso reside novamente em seu conteúdo, agora como uma justificativa que sustenta estratégias discursivas de explicação e legitimação. E pode-se esperar que as convenções de qualidade, como as convenções industriais ou de mercado, que têm uma estreita afinidade com os números como formas cognitivas, sejam as mais poderosas nesse sentido (Diaz-Bone, 2016, p. 58).

De fato, diversas convenções podem coincidir, como as já mencionadas convenções de mercado e cívicas. Uma estratégia discursiva de legitimidade também se constrói sobre estas últimas, baseada no envolvimento e na responsabilidade social. Isso foi mencionado por aqueles que divulgam esses dados na imprensa, revelando uma estratégia de coparticipação ativa no processo.

...nossa tarefa é mais uma responsabilidade social, garantir que tudo esteja... isto é, alcançar sociedades um pouco mais justas. Torna-se muito necessário disseminar informações, não apenas divulgar e espalhar a palavra, mas ancorar os indicadores em histórias [...] se você tiver indicadores melhores, há coisas que você pode adaptar ou aprimorar antes que falhem. O Estado economiza dinheiro, as pessoas podem ter uma vida muito melhor e você evita muitas coisas que poderiam acontecer. [...] Como você vai causar impacto se não sabe o que impactar?

Na narrativa anterior, estão presentes convenções comerciais e cívicas: o Estado deve ser eficiente e economizar dinheiro, e o jornalismo de dados defende uma sociedade melhor, ao mesmo tempo que facilita o processamento da informação. Defende também a participação da sociedade civil nesses processos. Com base em trabalhos prévios com os dados (uma distinção em relação aos indicadores financeiros ou estatísticas oficiais), que envolvem apresentação estética e permitem que o leitor/usuário acesse os dados por meio de downloads, este é convidado a

participar e avaliar sua qualidade. Diferentemente do jornalismo mais tradicional, o jornalismo de dados expressa uma afinidade opcional por dados abertos e políticas de governo aberto (Crucianelli, 2013; Domínguez, 2014; Hansen, 2015), como acabamos de demonstrar.

A informação numérica se expande mais facilmente no tempo e no espaço do que outros tipos de informação⁸ e praticamente não requer processo de tradução de linguagem (Díaz-Bone, 2016; Knorr Cetina, 2010). Além disso, ela carrega um tipo intrínseco de autoridade, como sugere a fonte acadêmica: “No momento em que você a apresenta, independentemente de como esse número foi formado, se ele tem algum significado ou como esse indicador foi criado, as pessoas o percebem como uma autoridade porque existe um número”. Isso significa que, apesar de ser um signo, o número legitima o trabalho da pessoa que o produz (Broome; Quirk, 2015).

Conclusões e novas questões.

Ao longo deste texto, vimos como a palavra governança começou a ser usada por um setor da imprensa durante o período em questão, e como notas jornalísticas sobre a qualidade institucional e rankings associados a esses termos foram publicadas no jornal argentino *La Nación*.

Analisamos a frequência de termos específicos, observando comportamentos que reproduzem rankings e comparam, ao mesmo tempo que avaliam, a posição do país sem questionar como esses rankings são construídos. Apesar da ilusão de transparência, indicadores de governança e qualidade institucional são utilizados por stakeholders do mundo financeiro, bem como por atores envolvidos na produção e disseminação desses dados. Nesse sentido, o jornalismo de dados desempenha um papel central, exibindo uma dinâmica com pontos de contato com outros subcampos, como o jornalismo econômico. Entre esses pontos de contato estão as consequências da transformação digital do jornalismo, a ideia do conhecimento especializado como ferramenta de legitimação e o uso de dados sem questionar seu arcabouço metodológico ou princípios de validade, enquanto reproduz arcabouços ideológicos inclinados às preferências de organizações internacionais. Simultaneamente, uma característica distintiva do jornalismo de dados foi sua relação, por meio de contratos formais e informais, com diversas organizações internacionais que promovem, com nuances variadas, essa visão de governança.

Em suma, esses indicadores, juntamente com a dinâmica relacional dos atores envolvidos em sua produção, uso, disseminação e reprodução, contribuem

⁸ Os números e as classificações, ao contrário das palavras, não requerem interpretação, mas também são percebidos como fatos imparciais e imaculados (Fioramonti, 2014, p. 192).

para a legitimação de uma ordem de mercado sob uma fachada de transparência, neutralidade e expertise (técnica ou intelectual). Soma-se a isso outra forma de legitimação pelo jornalismo de dados, que consiste em participar e colaborar com a datificação da vida.

Como vimos, as tensões políticas não estão ausentes do conjunto de editoriais, que, como também observamos, demonstraram forte atividade durante o período eleitoral de 2007-2011, em consonância com os conflitos internos com o setor de exportação agrícola. Essa questão questiona o papel socialmente construído do jornalismo e das ONGs como avaliadores e fiscais dos governos, ocupando espaços no cenário midiático.

Por fim, os resultados nos levam a refletir sobre como a mídia contribui ativamente para a datificação das esferas sociais, construindo discursos políticos por meio da disseminação de dados, apelando para um compromisso social que vai além da mera publicação de números.

Acreditamos que, para abordagens futuras a este problema, seria conveniente estender o período de análise para um período mais recente e comparar esses processos com outros vinculados a indicadores de natureza semelhante (econômicos, financeiros) e de outros países.

O que podemos afirmar com certeza é que a disseminação das ideias de governança e qualidade institucional promovidas por organizações de crédito como o Banco Mundial (e outras ONGs) é a reprodução da estrutura de autoridade do sistema internacional (Löwenheim, 2008).

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, D.; JOHNSON, S.; ROBINSON, JA. Instituições como causa fundamental do crescimento de longo prazo. In: AGHION, P.; DURLAUF, SN (Eds.). **Manual de Crescimento Econômico**. North Holland: Elsevier, 2005. v. 1, p. 385–472.

ANTHONY, L. **AntConc**, Universidade de Waseda. Disponível em <http://www.laurenceanthony.net/software/>, 2019. Disponível em: <<http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/>>

ARNDT, C. A política das avaliações de governança. **International Public Management Journal**, v. 11, n. 3, p. 275–297, 2008.

ARNDT, C.; OMAN, C. **Usos e abusos dos indicadores de governança**. Paris: Centro de Desenvolvimento da OCDE, 2006. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/21/16/40037762.pdf>>

ARONSKIND, R. **Risco-país. Jargão financeiro como mecanismo de poder**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2007.

BELTRAN, GJ. As práticas do poder. Discussões sobre o problema da ação política empresarial. **Notas: Revista de Ciências Sociais**, v. 39, n. 70, p. 69–102, 2012.

BOTTO, M. Think tanks na América Latina: uma radiografia comparativa de um novo ator político. In: ASTE, NC; MENDIZABAL, E. (Eds.). **Vínculos entre conhecimento e política: o papel da pesquisa no debate público na América Latina**. Lima: Consórcio de Pesquisa Econômica e Social-Universidad del Pacífico, 2011. p. 83–112.

BROOME, A.; QUIRK, J. Governando o mundo à distância: a prática de benchmarking global. **Review of International Studies**, v. 41, n. 5, p. 819–842, 2015.

CAMOU, A. Os Conselheiros do Príncipe. Conhecimento Técnico e Política nos Processos de Reforma Econômica na América Latina. **Nueva sociedad**, v. 152, p. 54–67, 1997.

CHUCHCO, NV. Medindo o respeito pelas instituições e pelas capacidades estatais na América do Sul: uma análise relacional de quatro dimensões dos Indicadores Internacionais de Governança (2017-2018). **AWARI - Revista da Associação Latino-Americana de Análise de Redes Sociais**, v. 1, n. 1, p. 198–211, 2020. Disponível em: <<http://ojs.sites.ufsc.br/index.php/awari/article/view/4267/3202>>

CHUCHCO, NV. **Construindo Confiança: Produção, Circulação e Usos de Indicadores Internacionais de Governança e Qualidade Institucional na Argentina (1996-2018)**. Orientador: Dr. Federico Lorenc Valcarce. 2022. 321f. Tese de Doutorado - Faculdade de Ciências Sociais. Universidade de Buenos Aires, Buenos Aires, 2022.

COMET, C. Como o círculo interno molda a rede de planejamento político na França? **Revista Socioeconômica**, v. 17, n. 4, p. 1021–1101, 2019.

CRUCIANELLI, S. O que é jornalismo de dados? **Journalists' Notebooks**, v. 26, p. 106–124, 2013.

DANIEL, C. A quantificação da realidade como objeto sociológico. Contribuições e abordagens recentes. In: XI CONFERÊNCIA DE SOCIOLOGIA. FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS. UNIVERSIDADE DE BUENOS AIRES. 13-17 DE JULHO, BUENOS AIRES, 2015, Buenos Aires. **Anais [...]**. Buenos Aires: [s.l.], 2015. Disponível em: <http://www.aacademica.org/000-061/402>.

DANIEL, C.; VOMMARO, G. Pobres em números: uma contribuição para uma história social das estatísticas sociais na Argentina contemporânea. **Journal of Latin American Studies**, v. 49, n. 3, p. 463–487, 2016.

DE SANTOS, M. Totens factuais e imaginação estatística: a vida pública de um estatístico na Argentina em 2001. **CECYP Notes**, v. 0, n. 18, p. 147–180, 2010.

DELLEPIANE AVELLANEDA, S. Boa Governança, Instituições e Desenvolvimento Econômico: Além da Sabedoria Convencional. **British Journal of Political Science**, v. 40, n. 1, p. 195–224, 2009.

DEZALAY, Y.; GARTH, B. Padrões de investimento jurídico estrangeiro e transformação do Estado na América Latina. **Culturas jurídicas latinas da Europa e da América em tempos de globalização**, p. 723–748, 2003.

DIAZ-BONE, R. Teoria das convenções, classificação e quantificação. **Pesquisa Social Histórica**, v. 41, n. 2, p. 48–71, 2016.

DOMÍNGUEZ, M. Á. C. Novas formas informativas: o jornalismo de dados e seu ensino no contexto universitário. **História e comunicação social**, v. 19, n. 2, p. 43–54, 2014.

ERKKILÄ, T.; PIIRONEN, O. (Des)politizando a boa governança: o Instituto do Banco Mundial, a OCDE e a política dos indicadores de governança. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 27, n. 4, p. 344–360, 2014.

EPELAND, WN. Engenharia reversa e vínculos emocionais como mecanismos mediadores dos efeitos da quantificação. **Historical Social Research**, v. 41, n. 2, p. 280–304, 2016.

FINE, B.; WAEYENBERGE, E. Van. Corrigindo Stiglitz: Da Informação ao Poder no Mundo do Desenvolvimento. In: LEYS, C.; PANITCH, L. (Eds.). **Socialist Register 2006: Contando a Verdade**. Buenos Aires: CLACSO, 2007. p. 185–209.

FINK, K.; ANDERSON, CW. Jornalismo de dados nos Estados Unidos: além dos “suspeitos de sempre”. **Journalism Studies**, v. 16, n. 4, p. 467–481, 2015.

FIORAMONTI, L. **Como os números governam o mundo: O uso e o abuso das estatísticas na política global**. Londres: Zed Books, 2014.

GRAY, J.; BOUNEGRU, L.; CHAMBERS, L. **Manual de jornalismo de dados: como os jornalistas podem usar dados para melhorar as notícias**. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2012.

HANSEN, HK. Operações numéricas, ilusões de transparência e a datificação da governança. **European Journal of Social Theory**, v. 18, n. 2, p. 203–220, 2015.

HEILBRON, J.; SAPIRO, G. Esboço para uma sociologia da tradução: questões atuais e perspectivas futuras. In: WOLF, M.; FUKARI, A (Eds.). **Construindo uma sociologia da tradução**, Madrid: John Benjamins Publishing Company, 2007. p. 93–107.

HEREDIA, M. Centros privados de expertise em economia: gênese, dinâmica e continuidade de um novo ator político na Argentina. In: VOMMARO, G. (Org.). **Saber o que se faz. Política e expertise na Argentina**. Buenos Aires: Prometeo, 2012. p. 297–338.

HEREDIA, M. **Quando os economistas chegaram ao poder (ou como se construiu a confiança nos especialistas)**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2015.

KNORR CETINA, K. A epistemologia da informação: um modelo de consumo. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 2, p. 171–201, 2010.

LORENC VALCARCE, F.; VOMMARO, G. **Política no Plural: Pesquisa Social sobre a Política Contemporânea**. Mar del Plata: EUDEM, 2020. Disponível em: <https://issuu.com/eudem/docs/la_pol_c3_adtica_en_plural>

LÖWENHEIM, O. Examinando o Estado: uma perspectiva foucaultiana sobre os “indicadores de governança” internacionais. **Third World Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 255–274, 2008.

MARCHETTI, D. Subcampos do jornalismo especializado. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Eds.). **Bourdieu e o Campo Jornalístico**. [sl]: Polity Press, 2005. p. 64–84.

Mauricio Macri: “Sempre fui contra a lei 2x1, ainda mais por causa dos crimes contra a humanidade.” **La Nación**, Buenos Aires, 10 de maio de 2017. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/politica/mauricio-macri-siempre-estuve-en-contra-del-2x1-mas-aun-por-crimenes-de-lesa-humanidad-nid2022427/>>. Acesso em: 4 de abril de 2021.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Intelectuais e especialistas. Rumo a uma sociologia histórica da produção de conhecimento sobre a sociedade na Argentina. In: NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. (Orgs.). **Intelectuais e especialistas. A constituição do saber social na Argentina**. Buenos Aires: Paidós, 2004. pp. 15–30.

NEIBURG, F.; PLOTKIN, M. Internacionalização e desenvolvimento. Les «Di Tella» e a nova economia da Argentina. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 151–152, pág. 57–67, 2004. b.

NORTH, DC **Instituições, Mudança Institucional e Desempenho Econômico**. Nova York: Cambridge University Press, 1990. a.

NORTH, DC Uma Teoria dos Custos de Transação da Política. **Journal of Theoretical Politics**, v. 2, n. 4, p. 355–367, 1990. b.

PEDROSO, A. O espaço atual do Jornalismo Econômico Brasileiro: Gerações, origens sociais e dinâmicas profissionais. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 12, no. 2–3, pág. 133–152, 2015.

PERISSINOTTO, R.; DE ALBUQUERQUE, MCM; DIAS, RP; PORTELA, P.; PEDRO HENRIQUE, PHC. A elite dos colonistas de economia como uma comunidade epistêmica: uma análise de rede (2019-2021). **Historical Studies**, v. 37, n. 81, p. 1–26, 2024.

PESTRE, D.; WEINGART, P. Governança da e através da ciência e dos números: categorias, ferramentas e tecnologias. **Minerva**, v. 47, n. 3, p. 241–242, 2009.

RHODES, RAW. **Compreendendo a Governança: Redes de Políticas, Reflexibilidade e Responsabilidade**. Londres: Open University Press, 1997.

SELIGSON, MA. A mensuração e o impacto da vitimização pela corrupção: evidências de pesquisas na América Latina. **World Development**, v. 34, n. 2, p. 381–404, 2006. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/7b92/281ab4c7d56dea4a59cb2b5e0494cffa851a.pdf>>

SIDICARO, R. **A política vista de cima: as ideias do jornal La Nación, 1909-1989**. Buenos Aires: Sul-Americana, 1993.

SIDICARO, R. Considerações sobre as ideias do jornal La Nación. In: WAINERMAN, C.; SAUTU, R. (Ed.). **Os bastidores da pesquisa**. Buenos Aires: Edições Manantial. pág. 79–96.

STONE, D. “Tons de cinza”: O Banco Mundial, redes de conhecimento e ecologias interligadas de engajamento acadêmico. **Global Networks**, v. 13, n. 2, p. 241–260, 2013.

STONE, D. O Grupo dos 20: comunidades políticas transnacionais, redes de governança, análise de políticas e think tanks. **Revista Internacional de Ciências Administrativas**, v. 81, n. 4, p. 793–811, 2015.

SUPIOT, A. **La Gouvernance par les nombres - Cours au Collège de France (2012-2014)**. Paris: Fayard, 2015.

UNDURRAGA, T. Fazendo Notícias, Fazendo a Economia: Mudanças Tecnológicas e Pressões Financeiras no Brasil. **Sociologia Cultural**, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017. Disponível em: <<https://cyberleninka.org/article/n/1335516.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2025.

VIEIRA, AM; CHIARAMONTE, AR Os economistas-colonistas não debatem as reformas no Brasil. **Estudos de Sociologia**, v. 24, n. 47, p. 137, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/12845>>. Acesso em: 29 de junho de 2025.

VIEIRA, AM; CHIARAMONTE, AR. O Instituto do Milênio está em busca de poder. **Social Tempo**, v. 33, n. 1, p. 169–202, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ts/a/vDJPBX5BSzwhq5ZvmMcpbTd/>>. Acesso em: 29 de junho de 2025.

ZUNINO, E. **Cobertura midiática do “conflito governo-rural” de 2008 na mídia impressa argentina**. Um estudo comparativo das pautas noticiosas sobre a Resolução nº 125/08 nos jornais Clarín, La Nación e Página/12. Orientadora: Dra. Natália Aruguete. 2016. 347 pp. Tese de Doutorado - Secretaria de Pós-Graduação. Universidade Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2016.

ZURBRIGGEN, C. A utilidade da análise de redes de políticas públicas. **Argumentos**, v. 24, n. 66, p. 181–209, 2011. a. Disponível em: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952011000200008&lng=es&tlng=es>

ZURBRIGGEN, C. Governança: uma visão da América Latina. **Latin American Profiles**, v. 19, n. 38, p. 39–64, 2011. b. Disponível em: <<http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v19n38/v19n38a2.pdf>>

NEOLIBERALIZATION AND THE PRESS: FRAMINGS OF THE COUNTER-REFORMS UNDER THE UMA PONTE PARA O FUTURO REGIME

*Diego FRAGA**

ABSTRACT: This article analyzes the role of the Brazilian press in the neoliberalization process during the hegemony of the “A Bridge to the Future” regime, focusing on the legitimization of the labor (2017) and pension (2019) reforms. It investigates how the country’s main newspapers—Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, and O Globo—acted as hegemonic apparatuses in the construction of consensus favorable to the counter-reforms. Through framing analysis and the voices consulted as sources of discursive authority, the study highlights the partiality of key segments of the press in consolidating a neoliberal agenda centered on austerity and the flexibilization of rights. It is argued that the analyzed segments of the press contributed to the naturalization of the reforms and the demobilization of social resistance, playing their part in sustaining the hegemonic neoliberal project in contemporary Brazil.

KEYWORDS: Press. Neoliberalism. Hegemony. Labor Reform. Pension Reform.

1. Introduction

The general objective of this work is to analyze the role of the Brazilian press in the neoliberalization process during the hegemony of the “A Bridge to the Future” regime, with emphasis on the political and social contexts that marked the approval of the labor and pension reforms. It seeks to understand how the media, as opinion shapers and mediators of public discourse, acted in the face of the consolidation of this new regime, especially regarding the construction of consensus around the so-called counter-reforms.

* Doctor of Sociology and Anthropology. Federal University of Rio de Janeiro. <https://orcid.org/0000-0002-0237-022X>. dieggfraga@gmail.com.

This analysis aims to investigate how the positions of the press, as well as those of voices consulted by it, contributed to the legitimization of legislative changes that addressed the demands of certain classes or class fractions. Understanding the press not as a neutral space for information, but as a field of symbolic and political disputes, whose editorial and discursive practices are permeated by diverse interests and ideological struggle, the research sought to:

- 1) Define the “A Bridge to the Future” regime and the context of the counter-reforms, identifying them as neoliberal inflection points in Brazilian politics, marked by the dismantling of social rights and the consolidation of an economic agenda focused on austerity and the flexibilization of labor and social security guarantees;
- 2) To establish the analytical framework for the study of the press, through content analysis focusing on the framings promoted by the media, especially in the mobilization of different types of voices as sources of discursive authority that confer legitimacy to reforms and reinforce certain interpretations about their necessity and urgency.

Based on Entman (1993), framing is understood as the selection of aspects of reality that are highlighted and emphasized in a communicative text, in order to promote a particular definition of a problem, a causal interpretation, a moral evaluation, and/or a treatment recommendation. As Vimieiro and Dantas (2009, p. 4) state, the act of highlighting something refers to “making a part of the information more notable, significant, or memorable for the audience.” In this work, according to Porto (2004), the focus was on interpretative framing, those constructed by various social actors, which offer specific meanings about events and themes, functioning relatively autonomously in relation to the actions of journalists.

- 3) Analyze the framing of the labor and social security counter-reforms (RT 2017 and RP 2019) present in a specific segment of the Brazilian press, more specifically the reference print journalism¹ (Zamin, 2014), represented by three of the country’s main newspapers: *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Estado de S. Paulo* (OESP) and *O Globo* (OG).

This study hypothesizes that the segments of the press studied acted as hegemonic apparatuses in favor of the “A Bridge to the Future” regime, decisively contributing to the social acceptance of labor and pension reforms. This action

¹ Zamin (2014) analyzes the concept of “reference journalism,” which can be defined as that which serves as a reference for the opinion-forming elite and for the media—regarding a segment of the public world.

occurred through the predominant adoption of framings favorable to the measures and the recurrent use of experts who reinforced pro-reform arguments, often to the detriment of critical or alternative positions. Thus, the aim is to demonstrate how media discourse played a central role in constructing a symbolic environment conducive to the naturalization of counter-reforms and the demobilization of social resistance.

The article is divided into six sections, including this introduction. The second section analyzes the role of the press as an ideological apparatus, primarily from a Marxist and Gramscian approach. The third section combines the Gramscian approach with a Marxist interpretation of Karl Polanyi's work, discussing the role of neoliberal hegemony and the process of neoliberalization as socially ingrained. Next, the article focuses on the methodological aspects of the research conducted on the highlighted newspapers. The fifth section presents the empirical data, accompanied by reflections on what they represent. The final section analyzes the overall picture presented in the data in light of the theoretical approach employed.

It is important to point out that the data and reflections presented here are excerpts of the results from the research undertaken in the doctoral thesis defended by the author (Fraga, 2025) in the Postgraduate Program in Sociology and Anthropology at the Federal University of Rio de Janeiro (PPGSA/UFRJ), funded by the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq).

2. The press as an ideological apparatus

In his reflections, the Marxist philosopher Antonio Gramsci (2017) emphasizes the importance of studying the organization of what he called the “ideological structure of a dominant class,” referring to the set of ideas, beliefs, values, and representations that underpin hegemonic thought in society, legitimizing the prevailing social order. As the author points out, this is an analysis of the material structure that acts in the maintenance, defense, and expansion of a hegemonic theoretical or ideological front. For the thinker, the publishing sector constitutes the most significant and dynamic part of this front, encompassing publishers, political newspapers, scientific and literary journals, periodicals, and other publications available at the time. Thus, all these editorial instruments that exert influence—directly or indirectly—on public opinion are part of this ideological structure.

Although Gramsci often uses the concept of the ideological structure of the dominant class as equivalent to the notion of the apparatus of hegemony (Hoeveler, 2019), Buci-Glucksmann (1979) establishes a distinction between the terms. According to this perspective, the hegemonic apparatus confers greater precision to the concept of hegemony, expanding it beyond the cultural sphere and also incor-

porating the political dimension. In this way, the unification of hegemony (cultural and political) occurs within an apparatus linked to the class that is structured through the mediation of various subsystems, such as the educational (schools, universities, etc.), the cultural (museums, libraries, etc.), the informational (press), among others (Buci-Glucksmann, 1979).

Sources (2010, pp. 133–134) defines the apparatuses of hegemony as:

[...] the set of elements that structure civil society, comprising associative instances formally separate from companies and state institutions, but which present themselves in multiple forms of voluntary association. Clubs, parties, newspapers, magazines, churches, and various entities emerge and reconfigure themselves in response to the increasing complexity of capitalist urban life and the challenges arising from it. Although not homogeneous in their composition, these apparatuses often appear distanced from the economic and political organization of social life. Even so, many parties and media outlets – generally aligned with specific class segments – tend to conceal these links, presenting themselves as representatives of “national unity” or as defenders of a supposed informational neutrality. However, all these organisms, ultimately, relate to forms of economic (infrastructure) and political (State) production, even if their actions are predominantly manifested in the cultural field.

In this way, it is possible to understand the media as a whole—and the press, in particular—as instruments of hegemony, with emphasis on their large commercial corporations. Fonseca (2011), when analyzing the newspapers *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* and *Jornal do Brasil* in the 1980s, had already reached this conclusion when defining media as

[...] the complex of communication media that involves message and reception, in diverse forms, whose manipulation of symbolic elements is its central characteristic (Eagleton, 1991) – represents a form of power that, in “mass” societies, has extremely significant roles, such as: influencing the formation of public and governmental agendas; mediating social relations between distinct groups (Capelato, 1988); influencing the opinion of countless people on specific topics; participating in political disputes, in a broad sense (defending or vetoing a cause, for example) and a strict sense (supporting governments, parties, or candidates); and acting as “ideological apparatuses” capable of organizing interests. Regarding these, in certain circumstances they act as “political parties” or “collective and organic intellectuals” of specific groups (Coutinho, 1994). These roles are hidden under the motto of the “duty to inform,” which is supposedly “neutral,” “independent,” “non-partisan,” and “non-ideological,” characteristics invariably

claimed by media outlets when portraying their actions in a self-serving manner (FONSECA, 2011, pp. 41-42).

Considering journalism as an intellectual activity (Traquina, 2012), it is possible to affirm that, by informing, interpreting, and attributing meaning to events in different spheres of social life—including those of an economic nature (Guilbert, 2020)—the press plays a central role in the construction and perpetuation of the hegemony of a class or class fraction over subordinate social groups in capitalism. And this also occurs in the current period in which so-called neoliberalism is the hegemonic ideology.

3. Ideology and (dis)uprooting: the hegemony of neoliberalization

According to Gramsci (1999), ideologies represent a common and indispensable element of consciousness and knowledge. Being historically necessary, they “organize” the masses and provide the space in which individuals become aware of their position and wage their struggles. From this perspective, Hall (1986) defines ideology as a set of languages, concepts, categories, and systems of representation used by different social classes and groups to interpret and make sense of how society functions.

Thus, ideologies considered organic are those that seek to spread throughout society, promoting a new national-popular will in favor of a great historical transformation. They act on common sense and seek to systematize the consciousness of the masses. In this context, ideology is directly linked to the way in which certain ideas gain popular support and become a material force (Hall, 1988). The ideological dispute corresponds to the struggle for hegemony, for the pursuit of mass consent. Hegemony is not restricted to the field of ideas, as it depends on the dominance of a social class over economic activity. However, it also cannot be reduced to economics. It is a phenomenon that transcends the immediate economic interests of a class and must incorporate the demands of subordinate groups, becoming a broader social project (Hall, 1988).

3.1. Embedded neoliberalism

Regarding neoliberalism more specifically, Venugopal (2015) states that there are two standard analytical approaches in the literature on the subject. The first conceives of it as a doctrine elaborated by its main thinkers, whose trajectory is traced through the reading and interpretation of canonical texts, paying attention to the origin of the ideas, the context of their emergence, and the biographies of their formulators.

The second approach, in turn, focuses on identifying “actually existing neoliberalism,” seeking to delineate its spheres of operation and explain its concrete dynamics. From this perspective, neoliberalism—understood as an ideological matrix and justification for projects of restructuring the State and society—does not present itself in a “pure” or abstract form, but rather through partial, polycentric, and plural manifestations. As Peck, Brenner, and Theodore (2018) point out, its reproduction is marked by friction, contradictions, polymorphisms, and geographical inequalities, not only due to political resistance, but because volatile hybridity is constitutive of its very existence. Thus, this approach proposes a processual reading of neoliberalization, which recognizes the diversity of forms assumed by neoliberalism and its dynamics of combined, unequal, and mutually conditioning development.

In this sense, neoliberalism as an ideological project would be in constant struggle to maintain its hegemony, even in the face of failures, crises, and resistance. This type of approach understands “neoliberalization” as a process and is not based on conceptions such as that of a regime, for example, which would be determined in time and space.

Neoliberalism defies any explanation in terms of fixed coordinates. On the contrary, it denotes a problematic space, along with a spirit of complementary market regulation. In the most abstract terms, one could say that neoliberalization refers to a contradictory process of market-like dominance, negotiated primarily within the boundaries of the state and occupying the ideological space defined by a (broadly) sympathetic critique of 19th-century *laissez-faire* and deep antipathies for collectivist, planned, and socialized modes of government, especially those associated with Keynesianism and developmentalism (Peck, 2010, p. 20).

Thus, neoliberalization is configured as a continuous process of institutional transformation, marked both by the destruction and reconstruction of institutional architectures, as well as the superimposition of these onto previously existing structures. Conceiving of neoliberalism as a process, as argued by Cahill (2014), allows us to understand the distance between the implemented neoliberal policies and the utopian discourses of neoliberal theorists, as well as the unequal character of this transformation—an aspect powerfully illustrated by the study of Fourcade-Gourinchas and Babb (2002) on the cases of Chile, France, Great Britain, and Mexico.

As Peck (2010) argues, it is understood that the disputes between liberalization and regulation of markets in neoliberalization processes are rooted in class struggle and the ideological disputes that accompany it. In this sense, existing neoliberalism can be interpreted in light of the embedding/disembedding dichotomy, according to the work of Karl Polanyi (2021) and its theoretical developments.

Cahill (2014), drawing on Block's (2021) reading of Polanyi, proposes that the economy is always rooted in society and criticizes the interpretation that associates neoliberalism with a supposed disembedding, since such a reading considers that the retraction of the State in the economy would indicate a structural distancing, and that its return would mark the end of neoliberalism. For Cahill, this view ignores the fact that neoliberalization, as Peck, Brenner, and Theodore (2018) also point out, is a continuous and contradictory process of institutional restructuring, in which neoliberalism does not entirely replace previous formations, but rather overlaps them, reconstructing and adapting existing institutions. This processual perspective also helps to understand the gap between the utopian discourses of neoliberal theorists and the policies actually implemented, as well as the uneven and geographically specific nature of neoliberal advancement, as exemplified by Fourcade-Gourinchas and Babb (2002) when analyzing the cases of Chile, France, Great Britain, and Mexico.

In this context, Cahill (2014) argues that neoliberalism is always rooted in three fundamental social structures: class relations, institutions, and ideology. Firstly, it is linked to the defeat of the Western left since the 1970s, in what Streeck (2018) calls the Neoliberal Revolution. Secondly, it reveals itself to be rooted in institutions, especially the State, which, far from withdrawing from the economy, plays a central role in the implementation and maintenance of neoliberal logic, by reformulating its actions based on criteria of market justice, to the detriment of social justice (Streeck, 2018). Finally, neoliberalism finds its basis in ideology, whose massive dissemination, as Dardot and Laval (2016) point out, consolidated a new rationality that imposed itself as common sense among political elites. This ideological hegemony, reinforced by the indoctrination promoted by conventional economic theory (Streeck, 2018), not only shapes the discourses of parties that defend capital, but also of sectors traditionally linked to the defense of workers (Fraser, 2020), profoundly influencing subjectivities and limiting worldviews, in a process that Fisher (2020) calls "capitalist realism".

Hegemony is not restricted to the realm of ideas, as it depends on the dominance of a social class over economic activity. However, it also cannot be reduced to economics. It is a phenomenon that transcends the immediate economic interests of a class and must incorporate the demands of subordinate groups, becoming a broader social project (Hall, 1988).

3.2. The "A Bridge to the Future" Regime

The document "A Bridge to the Future" (Ulysses Guimarães Foundation, 2015) represented the political program of the sectors that supported the impeachment of Dilma Rousseff and the governments of Michel Temer and, in part, Jair Bolsonaro. This heterogeneous coalition, described by Pinho (2021) as the "epis-

temic community of fiscal austerity,” includes everything from the large corporate media to businessmen from the Federation of Industries of the State of São Paulo (FIESP), orthodox economists, right-wing parties, and liberal movements such as the Free Brazil Movement (MBL) and Vem Pra Rua. The text starts from the diagnosis of a deep fiscal crisis, which would require a “permanent adjustment,” advocating measures such as the counter-reform of social security, the end of constitutional earmarking of social spending, a fully mandatory budget, flexibilization of labor laws, and a policy of permanent austerity. These proposals clearly express the neoliberal agenda that would gain political strength in the following years.

The publication of “A Bridge to the Future” became a symbol of the ideological shift in the Brazilian state, where the process of neoliberalization decisively supplanted disputes surrounding a developmentalist project. In the context of the institutional crisis caused by the economic slowdown and Operation Lava Jato, there was what Pinto et al. (2019) called a “war of all against all” between factions of the dominant classes. Even so, the document managed to offer a common programmatic basis, providing temporary cohesion to these groups, which organized themselves around an agenda that definitively broke with the principles of de-commodification of the 1988 Constitution. While the Workers’ Party governments coexisted with ambivalences in this respect (Lavinias; Gentil, 2018), these contradictions dissipated with the adoption of policies such as the Spending Cap and the labor and pension counter-reforms, consolidating the neoliberal offensive.

The Michel Temer government (2016–2018) focused on consolidating an agenda of fiscal austerity and counter-reforms, arguing that it would restore market confidence and boost economic growth. A symbolic and institutional milestone of this shift was Constitutional Amendment No. 95/2016, known as the “Spending Cap,” which froze public spending for twenty years, imposing severe limitations on the financing of social policies—by 2019, the Unified Health System (SUS) and education had accumulated losses of R\$ 20 billion and R\$ 32.6 billion, respectively (National Health Council, 2020; Pellanda, 2020). In the labor field, the government implemented two significant reforms: the Outsourcing Law (No. 13,429/2017) and the Labor Reform (No. 13,467/2017), which profoundly flexibilized labor relations by allowing, for example, the so-called prevalence of negotiated agreements over legislation and the institutionalization of intermittent work. These measures were supported by arguments stemming from neoclassical economic theory, which sees wages as an adjustment variable to balance supply and demand in the labor market, even in the face of empirical evidence pointing to the persistence of unemployment due to uncertainty and the contraction of investments.

Despite promises of modernization and increased competitiveness, the 2017 Labor Reform deepened labor precariousness and limited the role of the Labor Courts, weakening the legal protection of workers and union activity. The process of

re-commodification of labor was intensified, especially with the creation of extremely flexible contractual forms, such as intermittent work, where there is no guarantee of income or job security (Filgueiras; Bispo; Coutinho, 2018). Furthermore, even with the advancement of these reforms, economic indicators remained stagnant: there was an increase in informality and underutilization of labor, demonstrating that legal changes, in isolation, do not generate dynamism in the labor market (Colombi; Krein, 2022).

Even during the Temer administration, there was an attempt to advance a pension reform through Constitutional Amendment Proposal 287/2016, which included measures such as ending retirement based on years of contribution and increasing the minimum retirement age from 15 to 25 years. However, the “Joesley Day” scandal and the president’s low popularity prevented its approval (Reis, 2020). Even so, this initiative already anticipated the direction that would be consolidated in the Bolsonaro government.

During Jair Bolsonaro’s administration, Constitutional Amendment Proposal 06/2019 was presented, marking one of the most profound structural reforms to Social Security in Brazil. The proposal, drafted under the strong influence of Economy Minister Paulo Guedes and backed by the interests of the financial market (Motta, 2021; Pinto et al., 2019), aimed to replace the pay-as-you-go system with an individual capitalization model. In this system, each worker would contribute to their own account, without guarantees regarding the value of their future retirement pension, depending on the profitability of investment funds (Pacheco Filho; Winckler, 2004).

Although this radical change was rejected by Congress (Dieese, 2019), the essence of the proposal reflected a transition from a defined benefit system, in which the amount to be received is known, to a defined contribution model, in which the benefit amount is uncertain and transferred to the individual’s risk (Lavinias; Cordilha, 2019). Even without capitalization, the approved reform imposed severe changes. The minimum retirement age was set at 65 for men and 62 for women, with a minimum contribution period of 20 years, eliminating retirement based solely on years of contribution. The rules for rural retirement became more stringent, and the calculation of benefits began to consider all contributions made since July 1994, instead of the 80% highest, resulting in reductions in the value of benefits (Brazil, 2024).

For public sector employees, the reform mandated the creation of supplementary pension schemes with defined contributions, consolidating the logic of financializing social security. Even with occasional setbacks, the essence of the counter-reform was maintained: reduction of public spending, decreased social protection, and deepening of inequalities (Fleury, 2019). The narrative used to justify the 2019 pension reform was anchored in arguments typical of neoliberal discourse, such as the supposed social security deficit, often supported by partial data and

biased projections (Drummond, 2019; Fagnani, 2019, 2021). Capitalization, even though not approved, was included in the debate as an “inevitable” alternative, disregarding its failures in other countries and the risks of widening inequalities in Brazil (Lavinás; Cordilha, 2019). The 2019 counter-reform, therefore, was not merely a technical restructuring of the pension system, but the consolidation of a political project to weaken social security, favoring the interests of capital at the expense of solidarity and broad social protection.

If neoliberalization is interpreted as a process, this specific moment in history can be considered as the construction of the hegemony of the regime proposed in “A Bridge to the Future.” In other words, the ongoing neoliberalization process was anchored in the premises of this document, whose proposals were, at least in part, implemented. This agenda found open channels in segments of the Brazilian press for promoting consent and social persuasion. These segments presented themselves, as will be demonstrated later in the cases of the labor and social security counter-reforms, as consistent instruments in the ideological struggle.

4. Methodological aspects

With regard to journalistic genres, the focus was primarily on opinion journalism—which, as outlined by Melo (1994), encompasses editorials, commentaries, articles, reviews, columns, and chronicles—and also on informative content, provided it featured the participation of experts, intellectuals, or representatives of interest groups, such as unions, social movements, and business sectors, and contained opinions on labor issues and/or labor reform, and on social security issues and/or social security reform. An additional criterion adopted was the publication of the material in the print version of the newspapers, since the data collection was carried out from their digital platforms.

The data collection was carried out using the search tools of the websites of the newspapers Folha de S. Paulo (FSP), O Globo (OG) and O Estado de S. Paulo (OESP), using the term “labor reform” with a time frame of 2017, and “pension reform” for the year 2019. In total, 1,280 texts were gathered—including articles, features, and interviews—that met the established criteria, with 362 relating to the 2017 Labor Reform and 918 to the 2019 Pension Reform.

It is relevant to note that the search mechanisms employed by each of the three publications present significant differences in both the quantity and quality of the material retrieved. In this sense, OESP stood out for offering the greatest number of results, which is mainly explained by the fact that its search system does not allow for the distinction between content published in the print edition and that exclusive to the digital medium.

The analysis sought to identify the frameworks that were both favorable and critical of the labor and social security counter-reforms, as well as the issues associated with them. The categorization of the frameworks occurred in two stages: initially, regarding the position on the counter-reforms, being classified as favorable or unfavorable (excluding neutral positions). A single article or piece may contain multiple frameworks—including contradictory ones—especially when it presents different experts or points of view. The smallest unit considered was the sentence, and the largest, the text as a whole, also allowing for the existence of frameworks composed of paragraphs or intermediate sections. The same framework may appear more than once in the same text, and is therefore counted repeatedly. The analysis was conducted using NVivo software (release 1.3).

Among the main voices heard by newspapers, economists, businesspeople, business associations, jurists, lawyers, journalists, trade unionists, social movement activists, and members of Non-Governmental Organizations (NGOs) stand out. Other specialists such as sociologists, anthropologists, statisticians, social workers, etc., had a diminished presence. The identification of these voices was done inductively, based on the analysis of the raw data from the material collected in the newspapers, resulting in 312 in RT 2017 and 503 in RP 2019. In both cases, economists, jurists, lawyers, representatives of the business community and business associations accounted for more than 70% of the voices, indicating the types of voices privileged in these contexts, namely, a certain type of specialist (academic economists and legal professionals) and representatives of capital (businesspeople, business associations, and economists linked to the financial market).

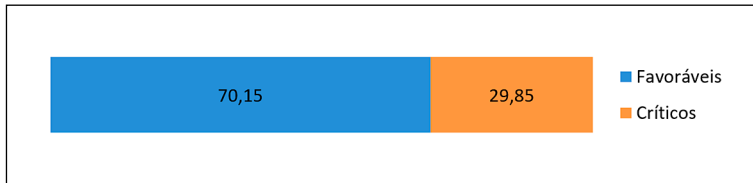
The fact that these voices were given prominence in newspapers meant that certain positions predominated, since voices linked to the business sector defended their own class interests in labor and social security issues, and economists—mostly linked to the financial market or with an orthodox view of the economy—also defended class positions and/or economic views adhering to neoliberalism. A more in-depth analysis of these voices can be found in Author (Year).

5. Labor and social security counter-reforms in the press

Thus, specifically addressing the coverage of the 2017 Counter-Reform, a total of 583 framings were identified, the majority of which were favorable to the 2017 Counter-Reform, accounting for 70.15% of occurrences, while critical framings represented only 29.85%. It is important to highlight, however, that a large part of the criticism is not directly aimed at the Counter-Reform itself, but rather at specific aspects of it or the absence of a broader public debate, as well as the lack of proposed alternatives, which prevents a clear reading of direct opposition. Graph 1

illustrates this predominance of voices favorable or partially favorable to the 2017 Counter-Reform, suggesting, at first glance, a consensus among the experts and other social actors interviewed by the newspapers.

Graph 1: Favorable and critical RT frameworks 2017 (%) (n = 583)



Source: Own elaboration.

Regarding the favorable interpretations of RT 2017, one example is the journalist Hélió Gaspari, who in the FSP of July 2, 2017—when then-President Michel Temer indicated that he might agree to maintain the union tax—pointed to the supposed impact of this tax on the organization of workers.

According to the labor reform project, the old union tax, instituted in 1937, will be abolished. This tax was a takeover of one day's salary from formally employed workers, intended to fatten the machine of union monopoly in which a caste of union stooges is embedded. The reform abolished the confiscatory nature of this "contribution." If a citizen wants to contribute to the union, they will do so of their own free will (Gaspari, 2017).

Another example of a favorable framing of RT 2017 is that produced by Santander's chief economist, Maurício Molan, in the June 20, 2017 edition of the newspaper OG, in which he states that RT:

It has two relevant effects on the labor market. The first is to accelerate the cycle, making the economy resume growth faster, which would have an impact on employment. In addition, it could have a structural effect, resulting solely from the labor reform. When you change the parameters, labor costs fall and generate an increase in the demand for labor (Corrêa, 2017).

Thus, while one voice criticizes the union tax, signaling support for its elimination, another exposes supposed positive effects of the counter-reform on the economy as a whole, suggesting economic growth and job creation.

Among the critical frameworks, it is possible to highlight, for example, the statement by lawyer and professor of Labor Law at PUC-SP, Carla Romar, in an

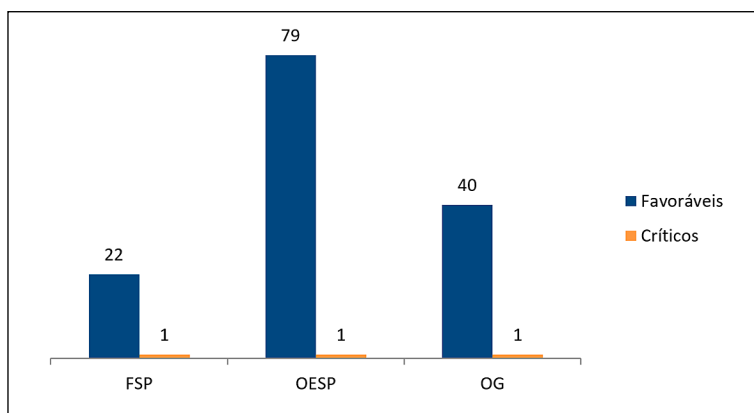
article published in FSP on April 27, 2017 (Perrin, 2017), in which she stated that the counter-reform restricted the role of the Labor Court as a supervisor of negotiations between workers and employers, guiding its actions “by the principle of minimal intervention in the autonomy of collective will.”

In an example of critical framing that cannot necessarily be considered unfavorable, the president of the Commercial Association of Paraná (ACP), Glaucio Geara, in OESP on October 9, 2017, comments that, among the businesspeople he spoke with, there was a concern about the increase in legal uncertainty. And he states:

“Everyone is cautious. I believe that [with the Reform] it will be good for both the employer and the employee, but we need to see how these first months of implementation will go,” he said. “If you consult twenty lawyers today, you will find 20 different positions” (OSAKABE, 2017).

One of the most revealing pieces of data concerns the position taken by the newspapers analyzed in relation to RT 2017, expressed through their editorials—understood, according to Fonseca (2005), as representations of the ideological-editorial line and the official position of these media companies. Fifty-seven editorial framings were identified among the three newspapers, with *O Estado de S. Paulo* (OESP) standing out, followed by *O Globo* (OG) and *Folha de S. Paulo* (FSP). The most significant aspect, however, as shown in Graph 2, is that none of these editorials presented a critical framing of the Labor Reform or any of its aspects, thus evidencing a univocal and favorable alignment on the part of the analyzed press.

Graph 2: Editorials and framing – RT 2017

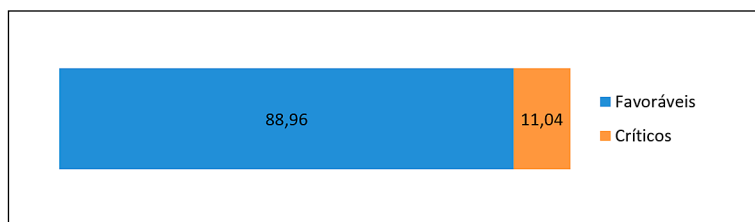


Source: Own elaboration.

Regarding the 2019 RP (Reform of Public Policy), 1,132 framings were identified in the three newspapers analyzed, both favorable and critical. Among them, the vast majority—88.96% (1,007)—expressed support for the counter-reform, while only 11.04% (125) presented criticisms. Once again, since not all critical framings indicate direct opposition, the perception of a strong favorable alignment towards the 2019 RP in the pages of FSP, OESP, and OG gains strength.

Compared to the coverage of RT 2017, it is observed that support for the counter-reform agenda intensifies even further in the case of RP 2019. There was a 20 percentage point increase in favorable coverage, accompanied by a proportional reduction among critics, which demonstrates an even more significant backing from the print media for the pension reform proposal compared to the labor reform proposal.

Graph 3: Favorable and critical frameworks RP 2019 (n = 1,132)



Source: Author's own elaboration.

The economist and former Finance Minister Pedro Malan, in an article published in *OG* on June 16, 2019, offers an example of a favorable framing by stating that, among the challenges faced by the country at that time, the most urgent would be the implementation of pension reform, which, although not an end in itself, would be fundamental for the resumption of economic growth:

Of the challenges we face today, the most urgent is pension reform, which must be at least minimally robust now. Just as defeating hyperinflation was not an end in itself, but a condition for achieving other equally or even more important objectives. We are in a crisis that will be with us for a long time. We have grown, on average, 0.6% per year over the last eight years. The rest of the developing world, in those same eight years, grew at least 4.8%, 4.9%. This situation is now the most serious in our recent history (Almeida, et al., 2019).

Businessman Luciano Hang expressed his views in the *Folha de São Paulo* newspaper on March 11, 2019, considering the Brazilian social security system prior to the counter-reform as a source of privilege, particularly for politicians and public officials. According to the businessman, the social security system:

It's a ticking time bomb. By 2022, there won't be any more money to pay for it. It's about reducing or ending the privileges of people who work little, earn a lot, and retire early.

The vast majority are the elite of the civil service and politicians. You and I, who are from the private sector, will retire with little. I'm not retired yet. But what about a governor, a congressman? (Cunha, 2019).

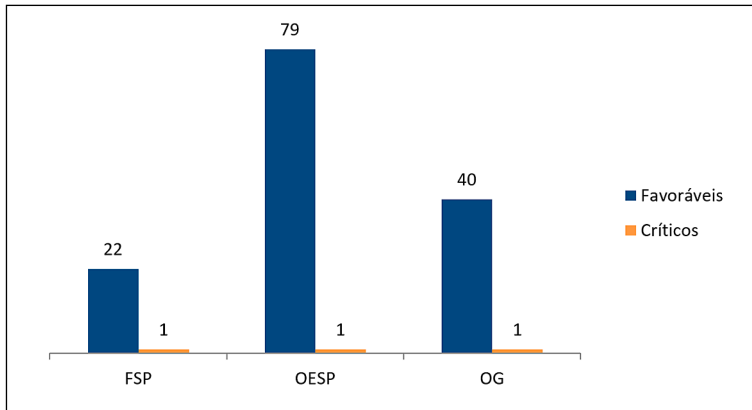
On the other hand, Roberto Dias, a professor of Constitutional Law at FGV-SP, in an article published in FSP on February 28, 2019, stated that he considers the proposed counter-reform a violation of an entrenched clause of the Constitution—provisions that cannot be modified by amendment—highlighting that one of them prohibits changes that imply the suppression of individual rights and guarantees. According to the professor, “the change removes a fundamental right of a worker, which is protection in a relationship where there is a certain vulnerability. Even if he is retired, the right must remain” (Brigatti, 2019).

Among examples of critical framing that is not necessarily unfavorable to the counter-reform, economist Paulo Tafner, in OG on July 14, 2019, revisiting the issue of social security as a privilege, stated that the 2019 Counter-Reform project failed to combat them, criticizing the proposal for its lack of radicalism. Thus, the 2019 Counter-Reform:

It significantly reduces [privileges], but doesn't eliminate them. Full benefits, for example, are a privilege; this doesn't exist in the rest of the world. The same goes for the different treatment of police officers and teachers. The reduction in the minimum retirement age for federal teachers and police officers, as well as maintaining the contribution period for age-based retirement at 15 years (in the original text it would be 20 years), are other points that reduced the fiscal impact of the reform (Tondo; Costa, 2019).

Regarding the opinions expressed by the three newspapers analyzed, the stance taken was almost entirely favorable to the 2019 Pension Reform, with the curious exception of a single critical framing identified in each publication. Thus, of the 201 framings found in the editorials, a markedly favorable defense of the counter-reform is observed, reiterating the trend already seen in the case of the 2017 Labor Reform, in which the editorial alignment was also largely positive in relation to the (counter)reformist agenda.

Graph 4: Editorials and framing – PR 2019



Source: Own elaboration.

It is observed that the vast majority of the framing was favorable to the counter-reforms (graphs 1 and 3), with greater emphasis in the case of RP 2019 compared to RT 2017. When comparing this scenario with the positioning of the editorials of the three newspapers (graphs 2 and 4), an almost coincidence is perceived, indicating that the media outlets prioritized voices aligned with their own opinion. The coincidence is not total because there is some dissent among the voices, while the newspaper editorials demonstrated practically unanimous support for the reforms.

In the case of RT 2017, it is observed that the favorable arguments focused on highlighting the supposed benefits that would result from its approval. The most recurring arguments extolled what they considered the modernization of labor laws, the flexibilization of labor relations, and the consequent dynamism of union negotiations. Promises of economic growth and job creation were also widely disseminated, associated with the idea that the reform would remove legal obstacles that would hinder the dynamism of the market.

These justifications, although stemming from pessimistic diagnoses of the economic situation and the rigidity of current legislation, converge on a central point: the lives of Brazilian workers would improve with the implementation of RT 2017. The constructed narrative was based on the expectation of a virtuous cycle of development, driven by a more “free” and “modern” environment for capital and labor. In short, it was a bet on the efficiency of reforms as a structural solution.

In the case of the 2019 budget reform, the favorable frameworks took on a different nature. The prevailing rhetoric did not promise direct advances or gains, but rather emphasized the need for adjustments to ensure the sustainability of the system. The focus was on the existence of a serious fiscal crisis, and reform was

presented as essential to avoid the collapse of public finances. In this sense, austerity policies, typical of neoliberal thought, were defended as inevitable.

Beyond the fiscal argument, a strongly present line of reasoning was that the pension system, as it was institutionalized before the counter-reform, favored the reproduction of privileges and deepened social inequalities. In this discourse, the counter-reform appeared as an instrument for correcting distortions and promoting a supposed distributive justice. Although some voices mentioned possible positive effects on economic growth, these arguments were less frequent than in the case of the 2017 reform.

Despite the widespread predominance of perspectives favorable to the counter-reforms in the newspapers analyzed, it cannot be said that there was absolute uniformity. Dissenting voices were present, although in a clearly reduced proportion. When dissent existed, it occupied marginal spaces and did not manage to balance the debate.

6. Final considerations

Thus, a significant portion of the Brazilian press acted as a hegemonic apparatus in favor of the “A Bridge to the Future” regime and the labor and social security counter-reforms advocated by its defenders. An analysis of 1,280 texts in the newspapers FSP, OESP, and OG revealed a consistent pattern of editorial alignment among the newspapers with the largest national circulation in Brazil. It was found that the vast majority of voices consulted by the newspapers held positions favorable to the counter-reforms, as did the editorials published.

This convergence reveals the selective process of amplifying voices that corroborate these positions. Such alignment is not accidental: it expresses an editorial choice that privileges certain worldviews over others, thus limiting the diversity of perspectives in public debate. In this sense, considering that the neoliberalization process occurs in an environment of disputes and resistance, the side taken by the newspapers analyzed, as well as the voices consulted by them, becomes clear.

In the specific case of the 2017 reform, a discursive effort was observed aimed at constructing a positive image of the proposal, anchored in the promise of modernization and progress. The framing tended to reinforce an optimistic reading of the reform, with little or no attention to the negative social impacts. This narrative strategy contributed to naturalizing the counter-reformist project, diluting the social conflicts involved and presenting it as an inevitable step towards development.

On the other hand, the 2019 Social Security Reform was largely framed from a diagnosis of fiscal urgency, in which the rhetoric of austerity occupied the center of the debate, eclipsing even alternative proposals for the institutional reconstruction

of social security. By treating the counter-reform as a merely technical and rational remedy for a supposed crisis, the framing not only depoliticized the issue, but also sought to create a consensus around the inevitability of the measures adopted.

The marginal presence of dissenting voices, while registering some discursive diversity, was insufficient to characterize a pluralistic or balanced debate. The concentration of favorable framings, coupled with the near alignment of editorials, signals an asymmetrical coverage and, to some extent, one compromised by a specific project. It is pertinent to question whether newspapers such as FSP, OESP, and OG, which are among those with the greatest national reach, should not adopt editorial criteria that guarantee greater plurality. By prioritizing views aligned with their editorial line, these media outlets limit the space for opposing viewpoints and, consequently, reduce the possibility for the public to have access to more democratic and representative coverage of the diversity of positions that permeate Brazilian society.

The fact is that, in order to create consensus on a process of institutional change that interests the classes or class fractions adhering to neoliberalism, the segment of the press studied here acted in the field of ideology and in reinforcing hegemony, demonstrating the entrenchment of this neoliberalization process in the three fundamental social structures analyzed by Cahill (2014). Given this, it is necessary to discuss the role of the mainstream press in mediating public debate and its responsibility in guaranteeing equitable space for the multiplicity of positions that address issues of profound social impact, such as the counter-reforms analyzed in this study.

Acknowledgments: I would like to thank CNPq, whose support was fundamental to the completion of this research.

REFERENCES

ALMEIDA, Cássia; SETTI, Rennan; DELMAS, Maria Fernanda. Malan diz que “Previdência é o desafio mais urgente, mas não é panaceia”. **O Globo**, 16 jun. 2019.

BLOCK, Fred. Introdução. In: POLANYI, Karl (Org.). **A grande transformação: As origens políticas e econômicas de nossa época**. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 2021. p. 21–44.

BRASIL. **Confira as principais mudanças da Nova Previdência — Instituto Nacional do Seguro Social - INSS**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inss/pt-br/noticias/noticias/confira-as-principais-mudancas-da-nova-previdencia>>. Acesso em: 2 jan. 2025.

BRIGATTI, Fernanda. Fim da multa do FGTS para aposentado pode parar na Justiça. **Folha de São Paulo**, 28 fev. 2019.

BUCI-GLUCKSMANN, Christine. **Gramsci and the State**. London: Lawrence & Wishart Ltd, 1979.

CAHILL, Damien. **The End of Laissez-Faire?: On the Durability of Embedded Neoliberalism**. Cheltenham, Glos, UK ; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Pub, 2014.

COLOMBI, Ana Paula Fregnani; KREIN, José Dari. Brazilian Labor Market: From the Workers' Party Administrations to the Bolsonaro Government. *In*: SAAD-FILHO, Alfredo;

COLOMBI, Ana Paula Fregnani; GRIGERA, Juan (Orgs.). **Neoliberalism or developmentalism: the PT governments in the eye of the storm**. Studies in critical social sciences. Leiden ; Boston: Brill, 2022. p. 268–291.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Saúde perdeu R\$ 20 bilhões em 2019 por causa da EC 95/2016**. Disponível em: <<https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1044-saude-perdeu-r-20-bilhoes-em-2019-por-causa-da-ec-95-2016>>. Acesso em: 16 jul. 2024.

CORRÊA, Marcelo. Estudo prevê potencial para reforma trabalhista criar 2,3 milhões de vagas. **O Globo**, 20 jun. 2017.

CUNHA, Joana. Brasil só vai andar quando pararem de fazer leis idiotas, diz Luciano Hang. **Folha de São Paulo**, 11 mar. 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. 1ª edição ed. [S.l.]: Boitempo, 2016.

DIEESE. **PEC 6/2019: como ficou a Previdência depois da aprovação da reforma no Senado Federal**. [S.l.]: Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), 2019. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/notatecnica/2019/notaTec214ReformaPrevidenciaAprovada.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2024.

DRUMMOND, Carlos. **Pesquisadores descobrem trapaça do governo em cálculos da reforma da Previdência – Economia**. **CartaCapital**, 17 set. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/economia/pesquisadores-descobrem-trapaca-do-governo-em-calculos-da-reforma-da-previdencia/>>. Acesso em: 18 jul. 2024

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.

FAGNANI, Eduardo. **Previdência: o Debate Desonesto: Subsídios Para a Ação Social e Parlamentar: Pontos Inaceitáveis da Reforma de Bolsonaro**. 1ª edição ed. São Paulo: Editora Contracorrente, 2019.

FAGNANI, Eduardo. O fim do breve ciclo de cidadania social no Brasil (1988-2019): o papel da “reforma” da previdência do governo Bolsonaro. In: ETULAIN, Carlos Rui (Org.). **Política pública no Brasil: estudos interdisciplinares contemporâneos**. 1º ed. Córdoba; Campinas: Editorial de la UNC; Universidade Estadual de Campinas-Unicamp. Núcleo de Estudos de Políticas Públicas-Nepp, 2021. p. 28–52.

FILGUEIRAS, Vitor Araújo; BISPO, Bruna; COUTINHO, Pablo. A reforma trabalhista como reforço a tendências recentes no mercado de trabalho. In: KREIN, José Darin;

FISHER, Mark. **Realismo Capitalista: É mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?** 1ª edição ed. [S.l.]: Autonomia Literária, 2020.

FLEURY, Sônia. **Sônia Fleury: Reforma da Previdência é o maior confisco sobre a economia popular e sobre os direitos sociais** | CEE Fiocruz., 28 mar. 2019. Disponível em: <<https://cee.fiocruz.br/?q=Sonia-Fleury-Reforma-da-Previdencia-e-o-maior-confisco-sobre-a-economia-popular-e-sobre-os-direitos-sociais>>. Acesso em: 23 ago. 2019

FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e prática dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 41–69, dez. 2011.

FONTES, Virgínia. **Brasil E O Capital Imperialismo, O - Teoria E Prática**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

FOURCADE-GOURINCHAS, Marion; BABB, Sarah L. The Rebirth of the Liberal Creed: Paths to Neoliberalism in Four Countries. **American Journal of Sociology**, v. 108, n. 3, p. 533–579, 2002.

FRAGA, Diego José Nogueira. **“A RAIZ DE TODOS OS NOSSOS PROBLEMAS”: economistas, intelectuais e imprensa no Brasil das contrarreformas**. Tese de Doutorado—Rio de Janeiro, RJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2025.

FRASER, Nancy. **O Velho Está Morrendo e o Novo Não Pode Nascer**. 1ª edição ed. [S.l.]: Autonomia Literária, 2020.

FUNDAÇÃO ULYSSES GUIMARÃES. **Uma Ponte para o Futuro.**, 2015.

GASPARI, Elio. Um dia de trabalho para manter Temer. **Folha de São Paulo**, 2 jul. 2017.

GIMENE, Denis Maracci; DOS SANTOS, Anselmo Luis (Orgs.). **Dimensões críticas da reforma trabalhista no Brasil**. Campinas, SP: Curt Nimuendajú, 2018. p. 69–95.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere Volume 1: Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benedetto Croce**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere - vol. 2**. 1ª edição ed. [S.l.]: Civilização Brasileira, 2017.

GUILBERT, Thierry. **As Evidências do Discurso Neoliberal na Mídia**. 1ª edição ed. [S.l.]: Editora da Unicamp, 2020.

HALL, Stuart. The Problem of Ideology-Marxism without Guarantees. **Journal of Communication Inquiry**, v. 10, n. 2, p. 28–44, 1 jun. 1986.

HALL, Stuart. The Toad in the Garden: Thatcherism among the Theorists. In: NELSON, Cary (Org.). **Marxism and the interpretation of culture**. Communications and culture. Basingstoke: Macmillan Education, 1988.

HOEVELER, Rejane Carolina. O CONCEITO DE APARELHO PRIVADO DE HEGEMONIA E SEUS USOS PARA A PESQUISA HISTÓRICA. **Revista Práxis e Hegemonia Popular**, v. 4, n. 5, p. 145–159, 2019.

LAVINAS, Lena; CORDILHA, Ana Carolina. Reforma da Previdência: Qualificando o debate brasileiro à luz de experiências internacionais. **Revista NECAT - Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense**, v. 8, n. 15, p. 35–43, 30 jun. 2019.

LAVINAS, Lena; GENTIL, Denise. Brasil anos 2000: a política social sob regência da financeirização. **Novos Estudos - CEBRAP**, v. 37, n. 1, p. 191–211, ago. 2018.

MELO, Jose Marques De. **A Opinião No Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MOTTA, Cláudia. **Militares no governo Bolsonaro: mais de 6 mil ocupam cargos civis**. **Rede Brasil Atual**, 18 maio 2021. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/politica/militares-governo-bolsonaro-6-mil-cargos-civis/>>. Acesso em: 18 jul. 2024

PACHECO FILHO, Calino Ferreira; WINCKLER, Carlos Roberto. Reforma da Previdência: o ajuste no Regime Geral de Previdência Social. **Indicadores Econômicos FEE**, v. 32, n. 3, p. 151–176, 2004.

PECK, Jamie. **Constructions of Neoliberal Reason**. [S.l.]: Oxford University Press, 2010.

PECK, Jamie; BRENNER, Neil; THEODORE, Nik. Actually Existing Neoliberalism. In: **The SAGE Handbook of Neoliberalism**. 55 City Road: SAGE Publications Ltd, 2018. p. 3–15.

PELLANDA, Andressa. A educação perdeu R\$ 32,6 bi para a EC 95 do Teto de Gastos. **Le Monde Diplomatique**, 26 abr. 2020.

PERRIN, Fernanda. Reforma trabalhista incentiva concentração de sindicatos. **Folha de São Paulo**, 23 jul. 2017.

PINHO, Carlos Eduardo Santos. Welfare State and Epistemic Communities of Fiscal Austerity in Brazil: from Lula da Silva to Jair Bolsonaro (2003-2020). **Sociedade e Estado**, v. 36, n. 01, p. 195–216, 26 maio 2021.

PINTO, Eduardo Costa *et al.* A guerra de todos contra todos e a Lava Jato:: A crise brasileira e a vitória do capitão Jair Bolsonaro. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, 16 dez. 2019.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: As origens políticas e econômicas de nossa época**. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 2021.

PORTO, Mauro P. Enquadramento da Mídia e Política. *In*: **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo, SP: Editora UNESP, 2004. p. 73–104.

REIS, Tiago. **Joesley day: o que aconteceu com o mercado nesse histórico dia?** Disponível em: <<https://www.suno.com.br/artigos/joesley-day/>>. Acesso em: 5 set. 2023.

STREECK, Wolfgang. **Tempo Comprado: A crise adiada do capitalismo democrático**. 1ª edição ed. [S.l.]: Boitempo, 2018.

TONDO, Stephanie; COSTA, Daiane. Pouco espaço para reforma mais desidratada. **O Globo**, 14 jul. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. 3ª edição ed. [S.l.]: Insular, 2012.

VENUGOPAL, Rajesh. Neoliberalism as concept. **Economy and Society**, v. 44, n. 2, p. 165–187, 3 abr. 2015.

VIMIEIRO, Ana Carolina; DANTAS, Marcela. Entre o explícito e o implícito: proposta para a análise de enquadramentos da mídia. **Lumina**, v. 3, n. 2, 6 dez. 2009.

THE TERRITORIAL DYNAMICS OF INDUSTRIALIZATION IN TAUBATÉ - SP, IN LOCAL CORPORATE JOURNALISM (1937–1942)

*Monica FRANCHI CARNIELLO**

*Moacir José DOS SANTOS***

ABSTRACT: Economic, political, social, cultural, and environmental relations shape territorial dynamics. Added to this is the role of the media as a constituent element in development processes within a society marked by the presence of communication media. The general objective is to analyze how the C.T.I. Jornal represented the territorial dynamics resulting from the industrialization phenomenon in Taubaté-SP during the 1930s and 1940s. To achieve this, documental research was conducted covering 1937 to 1942, using a qualitative approach and content analysis method. The analytical categories were based on the constituent elements of territorial dynamics. It was found that the socio-spatial process resulting from industrialization led to significant transformations in the territory of Taubaté, which were represented and disseminated through the newspaper. The research enables an understanding of the media beyond a mere mechanism of representation, recognizing its participatory role in territorial dynamics.

KEYWORDS: Territorial dynamics. Corporate journalism. Industrialization. Taubaté.

Introduction

Territorial dynamics, understood as processes of transformation of geographic space, have as constituent elements the economic, political, social, cultural, and environmental relations that intertwine in the shaping and organization of territories (Saquet, 2017; Santos, 1996).

* Doctorate in Communication and Semiotics. Full Professor at the University of Taubaté, in the Postgraduate Program in Planning and Regional Development, and professor at Fatec Pindamonhangaba. <https://orcid.org/0000-0002-3107-901X>. Email: monicafcarniello@gmail.com

** Doctor of History. Professor at the University of Taubaté, in the Postgraduate Program in Planning and Regional Development, and professor at Fatec Pindamonhangaba. <https://orcid.org/0000-0001-6865-0630>. Email: professormoacirsantos@gmail.com

In contemporary society, the media becomes an active element in the development processes of territories, acquiring prominence as information and communication technologies expand and become more widespread in social practices. Santos (1996) recognizes that technical and information networks transform geographic space and act as a vector for the diffusion of values and social practices.

Therefore, analyzing the role of media in understanding territorial dynamics is relevant, given its prominent role in a society characterized by the phenomenon of mediatization, in which social relations and daily practices are shaped by mediation technologies and media companies (Hjarvard, 2013).

The emergence of media as a constitutive element of development processes begins in the context of mass communication (Schramm, 1970), which gained prominence in the 20th century, becoming one of its defining aspects due to its direct relationship with the formation of markets and industrial development, both of consumer goods and cultural products. Updating this approach, Carniello (2022) identifies the relationships between communication and development in contemporary times, understanding communication as a structuring element of development processes.

The media also acts as a mediator of strategic communication for public and private organizations to legitimize their development projects with both internal and external audiences (Nassar, 1995). The relevance of early corporate newspapers as vehicles representing economic dynamics from the perspective of organizations in the first half of the 20th century is noteworthy; their analysis allows for an understanding of the representations of economic transformations that occurred during that period.

This article addresses the phenomenon of industrialization from the perspective of a business newspaper, specifically the phenomenon of industrialization in the municipality of Taubaté-SP, in the first half of the 20th century. The Companhia Taubaté Industrial (CTI), a textile industry, played a leading role in the industrialization and urbanization process of the municipality, and published a business newspaper in the 1930s and 1940s that was part of the social and economic dynamics of the municipality.

The general objective was to analyze how the CTI Jornal represented the territorial dynamics resulting from the industrialization phenomenon of Taubaté-SP in the 1930s and 1940s.

The justification for this approach lies in the fact that the CTI newspaper, regionally, represents a relevant communication vehicle for understanding the phenomenon of industrialization in the municipality of Taubaté-SP, located in the Vale do Paraíba region, which during the 20th century underwent a period of economic transformation based on industrialization as the main driver of development. In 2012, it was elevated to the status of Metropolitan Region of Vale do Paraíba and

North Coast (São Paulo, 2012), consolidating itself in the second half of the 20th century as an industrial hub reflecting the spread of São Paulo's industry and a national development project.

The article is organized into a section with the theoretical framework, which addresses the phenomenon of industrialization in Taubaté-SP as a dynamic process for the territory and the CTI newspaper as a relevant vehicle for understanding the local economic scenario; a section with the methodological approach of the research; a section with results and discussions; followed by final considerations.

The industrialization process in the municipality of Taubaté-SP as a transformer of territorial dynamics.

The municipality of Taubaté-SP, located on the Rio de Janeiro-São Paulo axis, among its territorial dynamics, began its industrialization process with the arrival of the CTI in the textile sector, in 1891 (Bandeira; Abdala, 2024). The installation of CTI impacted and marked the urbanization of the municipality, which acquired new contours, and, among other phenomena, fostered local media with the publication of a company newspaper, the CTI Jornal.

To understand the arrival of CTI in Taubaté, it is necessary to contextualize the industrialization of the Vale do Paraíba Paulista region, which began during the First Republic (1889-1930), a period in which the export of raw materials was the economic engine of the country. In the Vale do Paraíba Paulista, coffee was the product destined for the external market. However, coffee production progressively lost prominence in the region, with a decline in production in the first decades of the 20th century compared to the overall state production, even though it retained its function of generating capital that circulated in the Vale do Paraíba (Ricci, 2003). In this scenario, the fall in regional production became irreversible due to the effects of the Great Dep of 1929.

The textile industry marks the industrialization of the Vale do Paraíba Paulista region, which at the end of the Old Republic concentrated a considerable part of the national production initially focused on more popular products (Ricci, 2003). Besides the CTI, established in Taubaté in 1891, the inauguration of the Paraíba weaving mill in 1925, in the municipality of São José dos Campos, stands out, driven by tax incentives granted for its installation (Rodrigues et al, 1992).

According to Ricci (2002), the Vale do Paraíba Paulista region hosted some of the most important textile industries in the country during the First Republic period: Malharia Nossa Senhora da Conceição, which manufactured socks; Tecelagem Parahyba, which manufactured tarpaulins and blankets; Companhia Fiação e Tecelagem Guaratinguetá, which manufactured tarpaulins and blankets; Companhia

Fabril de Juta, which focused on coffee sacks; and CTI, the subject of this study, which manufactured cotton fabrics for clothing; cretonne for tablecloths and sheets; cotton terry cloth for towels; and jute for packaging.

The decision to expand the industrial units to the Vale do Paraíba Paulista region is related to the existence of coffee farming in the area, which maintained a circulating income, albeit lower compared to the peak of production in the mid-19th century, as well as its logistical position between Rio de Janeiro and São Paulo, which at the time had a railway connection (Ricci, 2002).

It is observed that the first decades of industrial activity in the Vale do Paraíba Paulista region are directly related to the expansion of the urban population. Capital investment in industry sought to meet the demand for consumer goods, as is the case in the textile sector. However, the 1930s are marked by Getúlio Vargas' rise to power and the implementation of a new model of economic development, in which the State began to support industrialization as a strategic activity to ensure economic development and national security (Santos and Remoaldo, 2017).

The diversification of industrial activities and the expansion of the urban population were the driving forces of the national economy. Simultaneously, the working class and its demands grew. Thus, from the 1930s onwards, two simultaneous movements can be observed: state-supported industrialization with the diversification of production, which progressively made national industry capable of meeting needs beyond consumer goods; and the consolidation of the working class as an unavoidable political and social actor. The effects of these two movements were configured in specific ways in each territory.

To understand how territories were transformed during this period by the industrialization policy, the theoretical framework adopted is the relationship between territorial dynamics and economic models, as evidenced by Cidade, Vargas, and Jatobá (2008, p. 19), who state that "the processes established in space as a result of the dynamics of accumulation contribute to establishing a continuously changing territorial configuration." They add that "the formation of industrial complexes and metropolitan expansion, conducive to economies of scale and agglomeration, represented the typical territorial configuration of Fordism" (Cidade, Vargas, and Jatobá, 2008, p. 20).

With the establishment of industry, Taubaté experienced a process of urbanization and all its consequences, such as the formation of a working class and the organization of new institutions, with repercussions on social, cultural, and territorial dynamics. Understanding this scenario is fundamental, considering Taubaté's centrality in the regional landscape since the colonial period, particularly in a context marked by the shift of the regional economic axis from coffee production to industry. It is noteworthy that this change follows the national dynamic, since from 1930 onwards the State acted to reduce dependence on the external market via the export

of primary goods with low added value, in order to expand the internal market through the association between urbanization and industrialization (Cano, 2007). This change implies an alteration in the social relations derived from the main economic axes, in particular from the dynamics centered on agricultural production to those derived from economic concentration in the urban environment (Vieira and Santos, 2012).

Understanding this scenario, coupled with the effects of industrialization in the municipality of Taubaté, demands a theoretical grounding in the concept of territorial dynamics to comprehend the development processes of each territory. According to Dallabrida, Siedenberg and Fernández (2004, p. 14),

The territorial dynamics of development refers to the different ways in which local or regional actors, agents, and organizations/institutions organize themselves to act in the development process of a given spatial area (municipality, region, territory).

Saquet (2007) reinforces that territory is linked, delimited, and defined based on power relations. Becker (1995) emphasizes that different power groups manifest their power in specific areas of territories, since these are produced by social practice. Thus, a territory is produced and defined by economic infrastructure, but regulated by political and power relations.

According to Haesbaert (2006), territory is a space appropriated politically, economically, and culturally by social groups that are in continuous power relations with each other. Raffestin (1993) highlights that a territory has material and immaterial delimitations, manifested in its physical and abstract limits, in the field of representations. Santos (1996) corroborates this by identifying an inseparable set of systems of objects (fixed) and systems of actions (flows) as elements present in spatial dynamics.

Industrialization in Taubaté, accompanied by urbanization, altered the territorial dynamics of the municipality. However, these changes did not occur in a vacuum. It is necessary to consider the territorial fabric produced by the intertwining of local, regional, and national dynamics (Vieira and Santos, 2012). Locally, the municipality was experiencing the transition from an agricultural to an industrial economy in a scenario marked by political paternalism and restricted access to power mechanisms. Regionally, the municipalities, in addition to experiencing the transition from rural to urban, received economic incentives for industrialization stemming from their privileged location between São Paulo and Rio de Janeiro—Rio de Janeiro was still the federal capital—which implied a historical break with the predominant pattern since the colonial period, characterized by agricultural activities and by the Paraíba Valley being a transit region to the interior of Brazil. Nationally,

the long period of Getúlio Vargas represented an alteration in power relations and the economic bases of national wealth production. Although the unequal distribution of wealth and power persisted during the Vargas period, the emergence of the working class and the loss of hegemony by rural oligarchies resulted in a new configuration of relations between economic and political elites and between these elites and the State and national society (Vieira and Santos, 2013).

In this scenario, in Taubaté, the local elite's ambition to maintain control over the local economic and political dynamics was combined with a process of change marked by the expansion of industrial activities and the population, especially the working class, whose leadership was disputed with potential union leaders, including potential anarchists and socialists. Thus, control of the working class and alignment with the reconfigured national power were fundamental aspects for the exercise of political hegemony in a territory undergoing transformation.

This article analyzes the territorial dynamics resulting from the industrialization of Taubaté based on the representations present in the CTI Jornal, a company newspaper created by CTI in 1937. It is noteworthy that the newspaper targeted an audience composed of CTI workers and other citizens, as the company owners were involved in the political dynamics of Taubaté. The very creation of the newspaper can be related to Santos's (1996) approach, which understands that space has evolved into a technical-scientific-informational environment, converting territories into national areas within the global economy, which intensifies productive specializations and reconfigures the social and territorial division of labor. To understand the place of the CTI Jornal in the dynamics of the municipality, the following section is presented.

CTI Journal

CTI Jornal was born in a context where economic journalism was not yet clearly defined as a distinct editorial section. Puliti (2013) clarifies that in the 1930s, economic themes began to have a more intense presence in the *Folha* group (*Grupo Folha*), with an emphasis on the agricultural sector, which was consistent with a country that produced and exported primary products. Economic themes gained prominence during the military dictatorship, starting with the 1964 coup, when other themes were minimized or silenced by censorship, which gave space to economic journalism (Puliti, 2013).

Thus, the industrialization process that gained momentum at the beginning of the 20th century was portrayed through diverse journalistic approaches. In Taubaté, specifically, the CTI Jornal, a business newspaper that elevated the figure of its founder, Felix Guisard, is the media record of the period that provides

elements to understand the industrialization process and its effects on the territorial dynamics of the municipality. It is noteworthy, according to Ricci (2003, p. 01), that “industrialists took the place of the old coffee elites in the economic, political and social spheres, occupying various political positions, offering social assistance and promoting urban cultural manifestations.” This role is represented in the local press, especially in the business newspaper published by CTI.

Gonçalves (2008, p.121) highlights that

The CTI Jornal did not belong to the ranks of the so-called workers’ press, but was an initiative of the business elites who managed the Companhia Taubaté Industrial, in partnership with the union of the category, composed of leaders who generally frequented the newspaper’s pages and contributed to feeding the monthly agenda. The *CTI Jornal* was created to publicize the factory’s initiatives in the fields of school education, leisure, production, sports, housing, religion, among others. The periodical had a circulation of approximately 1,000 copies.

According to Oliveira and Assis (2007), the CTI Jornal had its first edition published on April 15, 1937, and circulated until 1946. However, the existing archive only includes up to issue number 60, dated April 5, 1942. The authors emphasize that CTI Jornal was distributed free of charge to factory employees, as well as to public institutions and press organizations not only in Taubaté, which broadened its reach and influence. Regarding its editorial line,

The company newspaper was intended to “instruct and educate” with useful and easily digestible material for its readers. These readers, generally literate but with little formal education, were also expected to possess moral values and contribute to the development of a personality “without deviations or complexes.” The journalists at CTI Jornal sought to cover daily topics with comments, quotes, or examples of how employees should behave or what they should read or do during their breaks. The company was always placed in a prominent position, seen as a “greater good,” and was represented by its founder, Félix Guisard, who was above good and evil (Oliveira, Assis, 2007, p. 05).

CTI Jornal is part of the structuring period of Brazilian business journalism at the beginning of the 20th century, according to Rego (1984), related to the period of national industrialization. Among the first initiatives, the author highlights the *Boletim Light*, launched in 1923, and the *Revista General Motors*, from 1926, vehicles that aimed to disseminate institutional information promoting a positive image of companies to internal and external audiences, which can be transferred to the case of CTI Jornal.

It is important to highlight that corporate newspapers have characteristics that sometimes deviate from the principles of journalism, as they assume their main objective to be strategic institutional communication, regardless of the format adopted. Brazilian corporate journalism emerged in the 1920s and 30s as a device for legitimizing industrial modernization, aimed at disciplining the workforce and maintaining order. For Kunsch (2006), these periodicals integrate strategic organizational communication, articulating information, identity, and power.

To highlight the dissonances between journalism and corporate journalism, Table 1 was developed, based on the characteristics of journalism listed by Traquina (2005).

Table 1: Characteristics of journalism and business journalism

Characterizing factors	Journalism	Institutional/Corporate Communication
Account of the truth	Events according to newsworthiness criteria.	Events within the organization itself.
Commitment to factual truth	Use of multiple sources.	Partial reports, with sources of interest to the organization.
Objectivity	Separation of fact and opinion.	Opinion-based and informative content without a clear distinction, focusing on a positive image of the company.
Exemption	Without passing judgment.	Opinion-based content.
Public interest	Content of public interest.	Content of interest to the organization.
Editorial autonomy	Independence from sources and advertisers.	Alignment with the organization's interests.

Source: Prepared by the authors based on Traquina (2005) and Kunsch (2006).

Based on the existing archives of the CTI Jornal newspaper, it is possible to trace an analysis of the territorial dynamics experienced in the municipality of Taubaté-SP, in relation to the genesis of its industrialization process, considering the role that the newspaper played in legitimizing the municipality's industrialization phase. To this end, the research methodology is presented below.

Method

This research is characterized as exploratory, with a qualitative approach and a documentary design. The documents were analyzed using content analysis, a method suitable for investigating symbolic phenomena (Fonseca Júnior, 2011).

The research corpus was selected from the newspaper editions that make up the collection of the CTI Jornal of the Center for Documentation and Historical

Research (CDPH) of UNITAU. For the selection of contents, a cursory reading of the monthly editions from 1937 to 1942 was carried out, and the contents that addressed the effects of industrialization on the dynamics of the municipality were selected, choosing industrialization as a paradigm of analysis, as a socio-spatial process intervening in the territorial dynamics of Taubaté in the period studied (1937 to 1942). It should be noted that the newspaper circulated until 1946, but the existing collection covers the period from 1937 to 1942.

The analysis of the selected content as a corpus considered both text and images, based on the understanding that journalistic discourse is constituted by multiple languages—verbal and visual—that operate in an articulated way in the construction of meaning. Thus, considering only the textual content would limit the overall understanding of the content.

According to Bardin (2011), content analysis can be applied to any type of communication, as long as the criterion of significance is respected, which is present in both texts and images. Based on this, the images analyzed were treated as units of meaning to be coded, categorized, and interpreted, considering their relationship with the text, according to the previously defined criteria.

Based on the theoretical framework, grounded in the concept of territorial dynamics, the categories of analysis presented in Table 2 were defined.

Table 2: Categories of analysis

Category	Description	Authors
Social actors and institutions	Identification of the subjects and organizations active in the territorial dynamics.	Saquet (2007); Santos (1996).
Uses and appropriations of the territory	Forms of dispute, use, and transformation of territory by actors for diverse purposes.	Haesbaert (2004); Becker (1995).
Conflicts and inequalities	Relationships, power dynamics, and asymmetries between social groups within the territory.	Saquet (2007); Santos (2000).
Territorial networks and flows	Identifying the material and immaterial networks in territorial dynamics (infrastructure, communication, power relations).	Haesbaert (2004); Santos (2000).
Temporalities of the territory	The relationship between continuities and ruptures in historical time and their effect on territorial transformations.	Saquet (2007); Becker (1995).
Territorial projects	Territorial transformation and intervention projects by organizations or popular groups.	Saquet (2007); Raffestin (1993).
Territorial scales	Analysis of the articulation between scales of development (local, regional, national, global relationship) in the territory under analysis.	Haesbaert (2004); Saquet (2007).

Source: Prepared by the authors, 2025.

In total, 15 articles were selected as representative of the categories after a cursory reading. It was observed that there was a frequent repetition in the themes addressed in subsequent editions. In this case, one article from each theme addressed was selected.

Results and discussion

The content analysis identified and categorized the found content, which made it possible to understand the territorial dynamics of the municipality of Taubaté from the genesis of its industrialization process, marked by the installation of CTI in 1891. It is noteworthy that when the CTI Jornal began publication, the company was already consolidated in the municipality, after going through difficult periods. Thus, the period represented in the newspaper already shows a phase in which the company was fully established and participating in the municipality’s development process.

The results were organized into tables, which identify the topics found by category of analysis, followed by a discussion of the results.

Table 3: Category: Social actors and institutions

Category: Social actors and institutions	
Title	Date
The campaign against tuberculosis by the Santa Izabel Hospital. Yesterday afternoon’s memorable event definitively cemented this great act of humanity. Yet another gesture of sublime nobility from the giant of philanthropy in Taubaté – Felix Guisard. Thanks to the cooperation of the Guisard family and the CTI.	November 21, 1941.
Felix Guisard. The giant has fallen! May the sower of beauty and goodness rest in the peace of the Lord.	April 5, 1942.

Source: Research data, 2025.

The articles presented demonstrate the newspaper’s intention to portray Felix Guisard in a glorified light, as shown in Figure 1.

Figure 1: Image of the Felix Guisard couple.



Source: CTI Journal, edition of November 21, 1941, p. 03.

The extensive use of adjectives that praise the figure of the businessman stands out, as in the caption of Figure 1, as well as, for example: “The venerated benefactor [sic] from Taubaté, writes in the book simple words of offering, with the strong hand with which he has steered his exemplary life as a patriotic citizen [...]” (CTI Jornal, November 21, 1941, p. 03).

The formation of a public image of benevolent philanthropists demonstrates that the figure of industrial entrepreneurs is acquiring a central role in the municipality’s development dynamics, replacing the old coffee barons. This reveals that the transition in the economic matrix is also associated with the reordering of social roles and cultural values of a territory. It is observed that the business newspaper used opinion pieces as a strategy to generate an exalted image of the entrepreneur, without counterbalancing it with other sources.

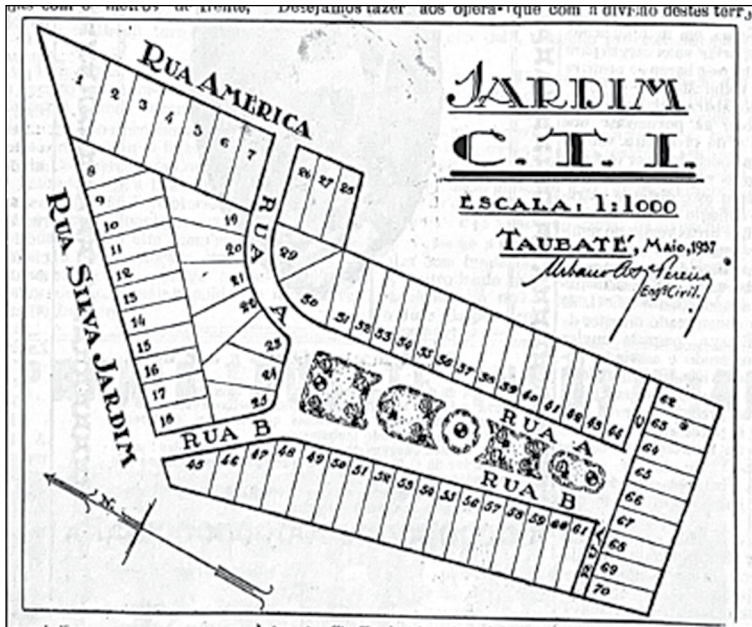
Table 4: Category: Uses and appropriations of the territory.

Category: Uses and appropriations of the territory	
Title	Date
The worker’s house.	July 15, 1937.
[Untitled. Publication of the floor plan for the workers’ housing lots].	September 15, 1937.
Project for the Office Building of the Taubaté Industrial Company [sic].	January 15, 1938.
A friend of education. The 2nd Mixed Industrial School was created, intended for the children of the workers of the Taubaté Industrial Company.	August 15, 1938.

Source: Research data, 2025.

The urban configuration based on the presence of the CTI in the municipality is evident, as demonstrated by the approach of Cidade, Vargas and Jatobá (2008), who establish a relationship between territorial configuration and accumulation dynamics. In the case of the CTI, this is reflected in the Fordist model and the employer-centric approach in relation to the workers. Figure 2 shows the plan of the workers' village that is now located in the central region of the municipality.

Figure 2: Floor plan of the workers' housing lots.



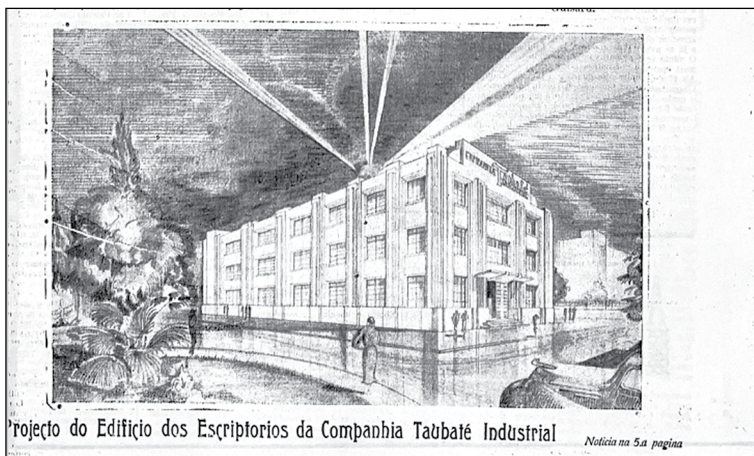
Source: CTI Journal, January 15, 1938, p. 01.

In the edition of July 15, 1937, p. 01, it is mentioned:

It is a matter definitively resolved by the CTI Board of Directors to ensure that all its workers own their own homes. Every CTI worker who has a family should, within some time, own their own home. The land acquired by CTI and intended for this purpose is located near the factories to make it easier for the workers.

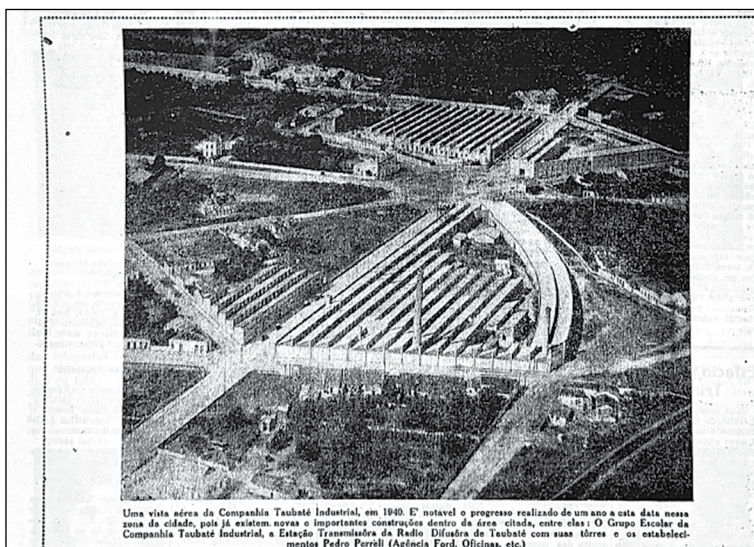
Figures 3 and 4 respectively demonstrate the design of the company's administrative building, as well as an aerial view of the urban environment highlighting CTI as a driver of progress for the municipality. The approach to urban development is factual, but no sources are presented that would oppose or be negatively affected by this process, which significantly reconfigured the urban space.

Figure 3: Project of the CTI administrative building



Source: CTI Journal, January 15, 1938.

Figure 4: Aerial view of the CTI



Source: CTI Journal, edition of May 4, 1941.

It is noteworthy that industrialization initiates a process of accelerated urbanization in the country, which, according to Santos (1993), is deeply related to the logic of capital, of which industrialization is one of the milestones, and results in social inequality and spatial contradictions in the dichotomy between technical modernization and social exclusion, as identified in Table 5.

Table 5: Category: Conflicts and inequalities.

Category: Conflicts and inequalities	
Title	Date
With the industrial workers' institute.	October 15, 1939.
Large workers' congress. Taubaté will host a large workers' congress in mid-May. The transcendental issues of the social problem will be addressed with special care.	March 15, 1937.

Source: Research data, 2025.

Although the period covered coincides with the gradual conquest of labor rights, which were consolidated in 1943 with the institution of the CLT—Consolidation of Labor Laws—during the Getúlio Vargas government, class distinctions and the social division of labor are evident in the structuring of the new industrial society that was emerging. “It is difficult, despite all the laws protecting labor, the life of the Brazilian worker” [sic] (CTI Jornal, October 15, 1939, p. 01). The theme of labor laws was constant in the pages of newspapers, both to highlight achievements and to claim rights, which characterized the transformation of the world of work in the urban environment. The general themes that impacted the lives of factory workers were selectively identified to strengthen and keep workers under control in the new industrial dynamic that was taking shape in the municipality.

Table 6: Category: Territorial Networks and Flows

Category: Territorial Networks and Flows	
Title	Date
Large exhibition of sericulture, agriculture, and industry in celebration of the 100th anniversary of Taubaté's elevation to city status.	November 21, 1941.
The Vale do Paraíba Bank was festively inaugurated. Two events of notable social and economic impact in our region. The brilliant inauguration ceremonies were held respectively on the 1st and 5th of this month in Taubaté and Guaratinguetá.	January 22, 1942.
Ubatuba	May 15, 1937.
First North Paulista Industrial Exhibition	June 15, 1937.

Source: Research data, 2025.

This category highlights Taubaté's relationship with its surrounding region, with other municipalities that directly or indirectly experienced the effects of industrialization, as observed in: “During the First North Paulista Workers' Congress, which was held with such brilliance in Taubaté on the 14th, 15th and 16th of May

last year, there was also an exhibition of products from local and regional industry in our city that took place magnificently” [sic] (CTI Jornal, November 21, 194, p.01).

Table 7: Category: Temporalities of the territory

Category: Temporalities of the territory	
Title	Date
CTI is celebrating its fiftieth anniversary today.	May 4, 1941.
Let’s protect our riches. Cotton, Brazil’s wealth.	November 15, 1938.
Textile crisis	March 15, 1939.

Source: Research data, 2025.

This category allows us to identify the temporal markers in the transformation of the territory, as identified in the statement “Half a century of progress and growth of Brazilian industry. The jubilee of Felix Guisard’s work in Taubaté” (CTI Jornal, May 4, 1941, p. 01). It also allows us to situate the process experienced by Taubaté within its regional and national context. In this case, there was a period of scarcity of the raw material cotton for the textile manufacturing of CTI, which “produced more than 11 million meters of cotton fabric annually, accounting for 1.75% of national production,” according to Ricci (2003).

Table 8: Category: Territorial projects

Category: Territorial Projects	
Title	Date
Contract signed for the construction of the port of Ubatuba.	December 15, 1940.
Where is the money?	March 20, 1940.

Source: Research data, 2025.

In this category, in addition to the urban transformation experienced by the municipality of Taubaté, as evidenced in Table 4, mentions of large-scale regional projects related to the regional industrialization process stand out. The construction of a port in Ubatuba, potentially related to the industrial logistics chain, as well as the questioning of the lack of investment in improving the country’s infrastructure for the new industrial reality, appear as examples of the municipality’s interface with the country’s development project. “One of the great obstacles, if not the greatest of all, that we face in carrying out an economic expansion project is undoubtedly the scarcity of *capitals* (*capitales*)” [sic] (CTI Jornal, March 20, 1940, p. 01).

Table 9: Category: Territorial scales

Category: Territorial scales	
Title	Date
November 10th and the Estado Novo (New State). Taubaté solemnly commemorated the 4th anniversary of the regime. The civic parade was broadcast by Rádio Difusora de Taubaté.	November 21, 1941.
Dr. Adhemar Pereira de Barros. His visit to Taubaté. Official reception. The grand popular parade. Visit to the factories. Other notes.	January 15, 1939.

Source: Research data, 2025.

The Guisard family’s adherence to the national political situation is reflected in the celebrations of the political regime, which are repeated in the years of newspaper publication, and are perceived in the festive reception given to Adhemar Pereira de Barros, the federal interventor in São Paulo appointed by Getúlio Vargas during the Estado Novo, as shown in Figure 5.

Figure 5: Reception of Adhemar de Barros



Source: CTI Journal, January 15, 1939, p. 01.

The industrialization of Taubaté is associated with an economic and political context that led to a gradual shift in the agricultural matrix of a country that exported primary goods towards a late industrialization, compared to the central countries of capitalism, in order to mitigate technological dependence on manufactured goods.

Final considerations

The overall objective is to analyze how the CTI Jornal represented the territorial dynamics resulting from the industrialization phenomenon of Taubaté-SP in the 1930s and 1940s.

Based on the analyses, it was demonstrated that the socio-spatial process resulting from industrialization generated significant transformations in the territory of Taubaté. The categories of analysis allowed us to demonstrate that the transformations generated surpass a merely economic view, identifying changes in land use that occurred due to the acceleration of the municipality's urbanization, and the shaping of intra-urban space according to the consolidating industrial model. A social reorganization is also observed, with the formation of a working class and the reorganization of power centers towards industrial entrepreneurs.

It was also possible to identify the political links with the existing hegemonic structures, as well as the municipality's insertion as a participant in a development project at the state and national levels.

It is noteworthy that the analyses were possible thanks to the role that corporate journalism already played at the time, perceived by organizations as a tool to strategically engage with their audiences and legitimize their development projects. The publication was much more of an institutional communication resource to legitimize the company and its social, economic, and political impacts on the municipality. However, its format and reach, achieved through wide circulation in the municipality, meant that CTI Jornal sometimes occupied what would have been the place of journalism without a corporate bias. Currently, these publications have become a source of research for understanding the territorial dynamics of the time, marked by the strengthening of industries that were establishing themselves in the region.

Furthermore, it is necessary to understand the media not only as a representation of a period, but also as structuring elements that are part of the development processes of a territory, due to its inseparable correlation with territorial dynamics.

REFERENCES

- BANDEIRA, Daniel Augusto Pinto; ABDALA, Rachel Duarte. Companhia Taubaté Industrial e a importância da população na preservação dos patrimônios históricos. In: *Encontro Latino-Americano De Iniciação Científica*, 28.; *Encontro Latino-Americano De Pós-Graduação*, 24.; *Encontro De Iniciação À Docência*, 14., 2024, São José dos Campos. Anais [...]. São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 2024.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BECKER, B. K. *Geopolítica da Amazônia*. Estudos Avançados, v. 19, n. 53, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/54s4tSXRLqZF3KGB7qRTWdg/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 20 de abril 2025.
- CANO, W. *Desequilíbrios regionais e concentração regional no Brasil (1930-1970)*. São Paulo: UNESP, 2007.
- CARNIELLO, Monica Franchi. Dimensões da comunicação para o desenvolvimento: modelo analítico. In: Claudia Pilar García-Corredor; Monica Franchi Carniello; Federico Beltramelli. (Org.). *Comunicación, tecnología y desarrollo*: aportes epistémico-teóricos metodológicos en la investigación y las agendas de latinoamérica. 1ed.: Editora Unitau, 2022, v. 1, p. 137-149.
- CIDADE, Lucia C.F.; VARGAS, Gloria M.; JATOBÁ, Sergio U. Regime de acumulação e configuração do território no Brasil. *Cadernos Metrópole*, São Paulo, 20 p.13-35, 2º sem. 2008. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/8634>
- DALLABRIDA, Valdir Roque; SIEDENBERG, Dieter Rugard; FERNÁNDEZ, Víctor Ramiro. A dinâmica territorial do desenvolvimento: sua compreensão a partir da análise da trajetória de um âmbito espacial periférico. In: *SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL*, 2., 2004, Santa Cruz do Sul. Anais [...]. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2004. Disponível em: <https://www.unisc.br/site/sidr/2004/planejamento/04.pdf>. Acesso em: 2 maio 2025.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. *Análise de conteúdo*. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280–315.
- GONÇALVES, Mauro Castilho. Das escolas mistas industriais ao grupo escolar: a educação do operário viabilizada na Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.) e divulgada pelo C.T.I. Jornal (1937-1941). *Revista Brasileira de História da Educação*, Maringá, v. 8, n. 3, p. 119–136, set./dez. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5761/576161065008.pdf>. Acesso em: 3 maio 2025.
- HAESBAERT, R. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HJARVARD, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. Londres: Routledge, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 5. ed. São Paulo: Summus, 2006.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. *O que é comunicação empresarial*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

OLIVEIRA, Eliane Freire de; ASSIS, Francisco de. O dia a dia da indústria taubateana nas fotografias do C.T.I. Jornal (1937-1946). In: *CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 5., 2007, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0017-1.pdf>. Acesso em: 20 abril 2025.

PULITI, Paula. História do jornalismo econômico no Brasil: do café ao tempo real. *Libero*, n. 31, p. 41-50, 2016. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/233> Acesso em: 20 abril 2025.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Jornalismo empresarial: teoria e prática*. São Paulo: Summus Editorial, 1984.

RICCI, Fábio. Origens e desenvolvimento da indústria têxtil no Vale do Paraíba Paulista. In: *Encontro Nacional De Economia Política*, 8., 2003, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica (ABPHE), 2003. Disponível em: https://www.abphe.org.br/arquivos/2003_fabio_ricci_origens-e-desenvolvimento-da-industria-textil-no-vale-do-paraiba-paulista.pdf. Acesso em: 20 abril 2025.

RICCI, Fábio. *Origens e aspectos do desenvolvimento das indústrias têxteis no Vale do Paraíba Paulista na República Velha*. 2002. Tese (Doutorado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001255738>. Acesso em: 20 abril 2025.

RODRIGUES, I. de O. et al. Médio vale do paraíba do Sul: Estado, “Políticas Públicas” e Organização do espaço-1930-1980, in: *Revista Brasileira de Geografia*. Rio de Janeiro:IBGE, vol. 54, nº 2, abr-jun/1992. pp. 57-82.

SANTOS, Milton. *A urbanização brasileira*. São Paulo: Hucitec, 1993.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, M. J. dos; REMOALDO, P. C. Desenvolvimento regional e a ideologia de segurança nacional no Brasil (1950-2000). *Revista de Geopolítica*, v. 8, p. 32-47, 2017.

SÃO PAULO (Estado). *Lei Complementar nº 1.166, de 9 de janeiro de 2012*. Cria a Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte, e dá providências correlatas. Diário Oficial do Estado de São Paulo: Poder Executivo, São Paulo, SP, 10 jan. 2012. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2012/lei.complementar-1166-09.01.2012.html>. Acesso em: 19 abril 2025.

SAQUET, Marcos Aurélio. *Território e territorialidade: do lugar vivido ao território utilizado*. São Paulo: Outras Expressões, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. As ferramentas quantitativas e qualitativas na análise histórica do desenvolvimento regional: o Vale do Paraíba de 1970-2000. *Diálogos (Maringá)*, v. 17, p. 279-307, 2013.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. Desenvolvimento econômico regional - uma revisão histórica e teórica. *REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL*, v. 8, p. 344-369, 2012.

VIEIRA, E. T.; SANTOS, M. J. Industrialização e desenvolvimento regional: política do CODIVAP no Vale do Paraíba na década de 1970. *Desenvolvimento Regional em Debate*, v. 2, p. 161-181, 2012.

THE TELEVISED REVOLUTION: JOURNALISTIC COVERAGE OF DEFORESTATION CONTROL IN THE BRAZILIAN AMAZON

*Silvio Eduardo Alvarez CANDIDO**

*Julia Ortolani BARBOSA***

*Gustavo Mendonça FERRATTI****

ABSTRACT: This paper analyzes Brazilian media coverage of deforestation in the Amazon between 1997 and 2018. This period was marked by the implementation of public policies and private initiatives that contributed to a significant reduction in forest devastation. Computerized textual analysis techniques were used to analyze a corpus extracted from the Factiva database. We identified publication frequency, most frequently used terms, and performed topic modeling and recognition of named entities. The analysis considered the production of different media outlets and throughout different presidential terms. The results confirm homogenizing and depoliticizing trends in media coverage. They indicate, however, that the dynamics of this production may change within the scope of coverage of conflicts between elites.

KEYWORDS: Amazon. Deforestation. Media. Textual Analysis. Environmental Policies.

Introduction

Throughout the first decades of the 21st century, deforestation in the Brazilian Amazon, triggered from the 1960s onwards by public policies that boosted colonization and agricultural production in the region, seemed to finally be under control.

* Professor of Organizational Studies and Economic Sociology in the Department of Production Engineering and the Postgraduate Programs in Production Engineering and Administration and Society at the Federal University of São Carlos - UFSCar. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5275-6577>. Corresponding author: seacandido@ufscar.br

** Department of Production Engineering, Federal University of São Carlos.

*** Ph.D. in Production Engineering from the Federal University of São Carlos - UFSCar. Orcid <https://orcid.org/0000-0003-3132-5118>

Between 2004 and 2012, deforestation fell by approximately 80%, mainly due to the implementation of the Action Plan for the Prevention and Control of Deforestation in the Legal Amazon (*Plano de Ação para a Prevenção e Controle do Desmatamento na Amazônia Legal* – PPCDAm) by the governments of Luiz Inácio Lula da Silva and Dilma Rousseff (Candido et al., 2023; West; Fearnside, 2021; Mello; Artaxo, 2017). The establishment of private agreements to reduce deforestation involving large companies in the soy and beef supply chains, environmental organizations, and public authorities also contributed significantly to this achievement (Candido, 2023; Nepstad, 2015; Gibbs et al., 2016).

Controlling deforestation involved fierce political disputes involving agents from the field of power (Bourdieu, 1998; Candido et al, 2023; Candido, 2023). The journalistic field played a key role in these dynamics. By selecting, framing, and narrating events, granting or denying access to social agents and their perspectives, the media was decisive in constructing social representations of this processes of change.

Our work analyzes Brazilian press coverage of Amazon deforestation between 1997 and 2018. We seek to understand journalistic representations of the disputes involved in reducing deforestation, considering, in particular, how these representations have changed in the face of the dynamics of social stability and change. We used computerized text analysis techniques to analyze a *corpus* extracted from the Factiva database. We identified patterns of publication frequency, most frequently used terms, and performed topic modeling and named entity recognition. The analysis considered the dynamics of production by different media outlets and across different presidential terms.

Unlike what is predicted by Gil Scott-Heron's famous poem and song, to which we refer in the article's title, our analysis demonstrates that important social changes can have repercussions on media production. In line with the proposals of authors in the sociology of scandals (De Blic ; Lemieux, 2005; Grün, 2018) and the theory of social movements (Gamson; Wolfsfeld, 1993; McAdam ; McCarthy ; Zald, 1996), we found that the journalistic field captured the dynamics of social change by reporting on decisive disputes that tested the implicit support for the expansion of agricultural production into the forest, enhancing the capacity of the "left hand" of the State to limit it through the implementation of environmental legislation.

Our analysis contributes to the literature on journalistic coverage of socio-environmental issues in the Amazon. These studies have addressed how the media portrays the process of destruction of the planet's largest tropical forest. Palmer (1996), for example, showed how the international media was key in shaping the representation of Amazon deforestation as a global environmental problem. Costa (2016) and Mangas and Costa (2022) show that journalistic coverage of the topic is marked by alarmism, addressing the causes and consequences of deforestation super-

ficially, without effectively contributing to public awareness and the development of effective policies. Ladle et al. (2010), Braga and Marinho (2023), and Andrus and Waters (forthcoming) compare the coverage of Brazilian and foreign media, identifying both important similarities in coverage and the occurrence of changes in the framings that reflect different levels of embedding and the involvement of the media field with the reported dynamics.

Although these studies make important contributions, they disregard how coverage relates to concrete political and historical contexts associated with the dynamics of the field of power. An exception is the interesting study by Santiago (2024), which investigates how news reports published during election years use numerical data associated with the deforestation rate. The author shows how the journalistic agenda on the Amazon is influenced by the dynamics of the political field. Engaging with previous research on the political relations involved in controlling deforestation (Candido et al., 2023; Candido, 2023; Candido, 2025), the article considers the relationship of the journalistic arena with other fields in a period marked by the implementation of public policies and initiatives of social movements that contributed to a significant reduction in forest devastation.

The article is structured in four parts in addition to this introduction. In the following section, we briefly review the sociological literature dealing with the dynamics of media production during times of social stability and change, particularly addressing how conflict between elites can alter journalistic conventions. Next, we describe the method adopted in our empirical research, which was based on computerized text analysis techniques. In the following sections, our main findings are presented and discussed.

Media coverage during times of stability and change

Journalistic coverage can take on distinct forms in times of stability and change in the social arenas being reported. In times of stability, coverage tends to reflect and reproduce existing power structures and social norms (Tuchman, 1978). The agenda is generally set by dominant institutional sources, such as government agencies, established civil society organizations, and recognized experts (Gans, 1979). The framing of news tends to be more consensual and less conflictual, focusing on technical, informative, or general public interest aspects, within the limits of the *status quo*.

This stability does not imply the absence of a certain dynamism, which stems from the fact that coverage takes place within the journalistic field, defined by Bourdieu (1997) as a space of struggles structured by power relations and competition among journalists, editors, presenters, media owners, and other agents. These

agents, however, tend to reproduce orthodoxy, taking premises linked to established power hierarchies as given. For authors such as Champagne (1995), the dependence of media companies on advertising to generate revenue makes them dependent on large economic and political groups, which are critical factors in homogenizing and depoliticizing journalistic content. Expanding the audience is key to maintaining and increasing these revenues, which leads media outlets to appeal to common sense, favoring content that is more easily assimilated and more engaging for the public (Champagne, 1995; Bourdieu, 1997; Schudson, 2000; Benson, 2000; Pedrosa Neto, 2015).

Some studies, however, indicate that these trends can be disrupted during times of social conflict, especially when those dominant in the journalistic field are not directly involved. Coverage of these situations is driven by the conflict's ability to attract public interest, expanding the audience, but it can be distorted by sensationalist tendencies and spectacularization processes, driven by the influence of market logic (Bourdieu, 1997).

Zelizer (2015) points out that the dynamics of journalistic coverage can be altered during times of significant social change or conflict, exposing latent tensions and opening space for new voices and perspectives. Challenging dominant sources of information can be crucial in these changes (Bennett; Lawrence; Livingston, 2012). The symbolic disputes inherent in journalism tend to become more exposed, with different agents seeking to impose their framing and define the interpretation of events (Entman, 1993). The intensity of the conflict and social mobilization can lead specific themes to rapidly rise to the media agenda, becoming the subject of public debate (Mccombs; Shaw, 1972).

The sociology of scandals literature indicates how conflicts between agents in positions of power can be mediated, especially when they involve urgent representations associated with the dominant moralities in a society (De Blic; Lemieux, 2005; Grün, 2018). Scandal here is seen as a moment that puts established social orders to the test, revealing tensions and limits of shared norms, which creates instability and favors change. In some cases, agents may strategically exploit relationships with the media to promote their social conceptions (Adut, 2004; Jamieson; Cappella, 2008).

Social agents underrepresented in journalism can also gain visibility by disseminating their narratives and challenging official or dominant versions. The literature on social movements demonstrates that media coverage can be key to the success of challenging agents seeking to alter the *status quo*. One of the primary aspects in these cases lies in the ability to amplify the message and reach a wider audience (Gamson; Wolfsfeld, 1993). Evidently, the media can shape the interpretation of events through its framing, influencing how the public perceives the movements (Entman, 1993). Therefore, the most successful movements develop communication strategies to influence the coverage of their actions and messages

(Benford; Snow, 2000). Positive or neutral coverage can help legitimize a cause and garner support, while negative coverage or media marginalization can hinder change processes (McCadam; McCarthy; Zald, 1996).

Computerized analysis of news about deforestation in the Amazon

The research was based on a *corpus* extracted from the Factiva database. This database gathers structured data from news reports from the world's leading media outlets (Dow Jones, 2020). The search was restricted to news reports in Portuguese and to the most impactful news outlets. Regional outlets and other documents included in the database, such as official documents and data from other sources, were disregarded. The news collected covered the period from 1997 to 2018, which was critical for the structuring of policies to combat deforestation in Brazil (Candido et al., 2023). The search terms included “deforestation” (*desmatamento*) and “Amazon” (*amazonia*).

Before starting the text processing, it was necessary to tabulate the news articles, supplementing them with metadata. To do this, we used *web scraping*, which allowed us to access the news database and add information. This was done using a Python library called *BeautifulSoup*. We thus obtained a spreadsheet containing all the news information: title, media outlet, publication date, and body of the text. Next, a manual cleanup of the tabulated data was performed to remove duplicate news items and empty rows.

The clean corpus consisted of a total of 6230 news reports published in 29 media outlets. Table 1 shows the distribution of news across these outlets. Publications are concentrated in three outlets: *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, and *Folha de S.Paulo*. To simplify the analysis and focus on the main sources of information, the 25 outlets with the fewest news reports were grouped as “Others” in our analysis.

Table 1: Frequency of publications by media outlet

Media	Amount	% Total	Cumulative%
O Estado de São Paulo	2027	33%	33%
O Globo	1633	26%	59%
Folha de São Paulo	1616	26%	85%
Jornal do Comércio do Rio de Janeiro	466	7%	92%
Agencia EFE	115	2%	94%
Exame	96	2%	96%

Media	Amount	% Total	Cumulative%
CE NoticiasFinanceiras	38	1%	96%
Correio Braziliense	36	1%	97%
Correio do Brasil	30	0%	97%
Estado de Minas	25	0%	98%
Agência Brasil	20	0%	98%
Político News	20	0%	98%
El País Online	13	0%	98%
Diário da Amazônia	11	0%	99%
DCI – Daily Commerce Indústria & Serviços	10	0%	99%
Infomoney Daily News	10	0%	99%
Jornal Grande Bahia	10	0%	99%
Hoje em Dia	9	0%	99%
Brasil Econômico	8	0%	99%
Gazeta Online	7	0%	100%
Jornal de Brasília	6	0%	100%
Veja Online	6	0%	100%
Valor News	5	0%	100%
A Tarde	4	0%	100%
Opinião e Notícia	4	0%	100%
Diário do Nordeste	2	0%	100%
DJ	1	0%	100%
Reporter Brazil	1	0%	100%
iBahia	1	0%	100%
Total	6230	100%	-

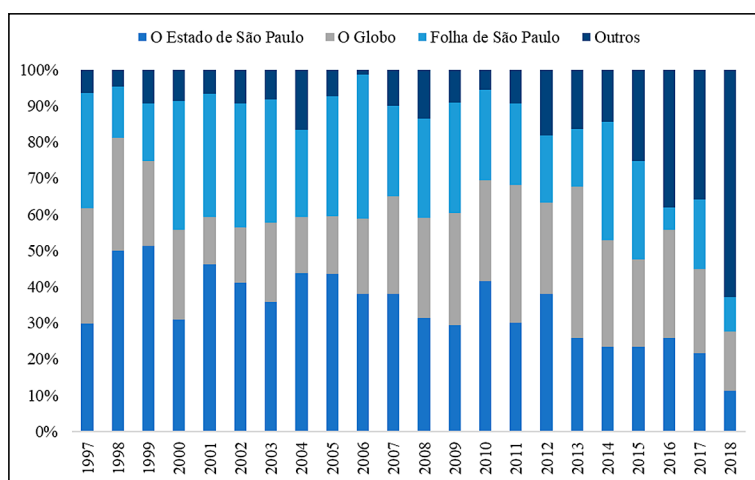
Source: Own elaboration.

Graph 1 shows that *O Estado de São Paulo* was the leading publication in terms of volume, especially from 2004 onwards, surpassing *Folha de S.Paulo* and *O Globo* in most years. Although the latter two presented very similar total publication volumes, their distribution over time showed significant differences. *O Globo* experienced a more pronounced increase in coverage from 2007 onwards, while *Folha* concentrated a greater distribution before that period. The other publications gained relevance from 2015 onwards, reflecting a diversification in the sources of coverage on the topic.

The preprocessing of the texts aimed to properly format the data for analysis (Desikan, 2018). Special characters, punctuation, and stop words (terms that do not add information, such as articles and prepositions) were removed. Manual data selection was also necessary to remove news items that lacked thematic and semantic relevance. This step was necessary because the filter applied to the Factiva database selected news items based on word occurrence in the text, but not on their contextual meaning. News items whose main subject in the body of the text was the topic in question were selected. To avoid biasing this process, all columns in the table were hidden except for the title and body of the news item.

After selecting the news items, the *bag-of-words model* was applied, which consists of representing each news item in the *corpus* in a vector whose size is equal to the size of the entire corpus vocabulary. Each position in the vector represents a term. If the news item contains that term, that element receives the value 1; otherwise, 0. In this way, each news item is represented by a unique vector that helps the machine interpret the interrelationship of words in the texts.

Graph 1: Annual frequency of publications by media outlet



Source: Own elaboration.

The initial analyses consisted of examining the most frequent unigrams and bigrams in the media and presidential terms. Following this, the texts were thematically grouped using similarity and clustering analysis, also known as *topic analysis*. The method used was *Latent modeling*. Latent Dirichlet Allocation (LDA), a probabilistic generative model designed to infer latent topics from a textual corpus (Blei, Ng, & Jordan, 2003). The model operates on the premise that documents are generated from a mixture of central themes, with each theme represented by a

probability distribution over a vocabulary. The functioning of LDA can be compared to that of a librarian who, without prior knowledge of the internal content of the books, organizes a vast set of documents into thematic groups. This organization is carried out by analyzing the co-occurrence of words, assuming that documents that share similar vocabulary likely address the same topics. In the end, the model infers: (1) which words characterize each topic and (2) the proportion of each topic in each document. The definition of the number of topics (k) is one of the crucial parameters of the model. The choice of k , in this study equal to 4, was guided by an iterative process, seeking a point of equilibrium where the resulting topics were semantically cohesive and distinct from each other. The performance of the final model was validated by a *Coherence Score* (C_v) of **0.44**, a value that suggests high semantic cohesion between the words of each topic. Additionally, the model achieved a *log-likelihood* per word of approximately **-8.9**, indicating a good probabilistic fit to the data (Blei, Ng, & Jordan, 2003). The final criterion, however, was maximizing the human interpretation of the clusters, ensuring that the themes were relevant and applicable to the research problem.

To identify the main actors mentioned in the news reports, the Named Entity Recognition (NER) technique was employed. The model used was trained to classify proper nouns into two categories: People and Organizations. Given the complexity of the Portuguese language and potential inaccuracies of the model, a manual validation and curation step was performed to correct incorrect classifications, according to best practices in the field (Desikan, 2018). Subsequently, an empirical cutoff criterion was applied, selecting for analysis only the entities mentioned in more than ten news reports, in order to focus on the most relevant actors. Finally, these entities were manually categorized to facilitate the analysis: individuals were classified by their activity (e.g., National Politicians, Environmentalists, Scientists/Researchers) and organizations by their nature (e.g., Governmental Institutions, NGOs, Private Companies).

Individuals, organizations, and topics covered in news reports during this period

Among the organizations mentioned in the reports, 154 stood out, including 62 governmental institutions, 17 international institutions, 17 private companies, 16 non-governmental organizations, 13 research institutions, 13 political parties, 11 armed forces organizations, five other movements and associations, and one religious organization. Table 2 presents the most relevant organizations in the *corpus* according to their category.

Table 2: Organizations most frequently mentioned in the corpus, by category

Category	Organizations
Governmental Institutions	IBAMA, National Institute for Space Research (INPE), Ministry of the Environment, Imazon, Federal Police, INCRA, Federal Public Prosecutor's Office (MPF), Amazon Fund, Ministry of Agriculture, Army, ICMBio, FUNAI, Ministry of Foreign Affairs (Itamaraty), Ministry of Science and Technology, SFB, Ministry of Agrarian Development, Ministry of Labor, Ministry of Justice, Ministry of Finance, ABIN, Ministry of Transport, National System for Estimating Greenhouse Gas Emissions, Ministry of Health, Ministry of Planning, Ministry of Education, Federal Public Prosecutor's Office of Pará, Ministry of Institutional Relations, Ministry of Development, Ministry of Defense, Ministry of Science, Ministry of Mines, Unified Health System (SUS), Secretariat of the Environment, Secretariat of Strategic Affairs, Federal Court of Accounts, Ministry of National Integration, OECD, Ministry of Science, Technology and Innovation (MCT), National Treasury, Supreme Federal Court (STF), Federal Government
NGOs	Greenpeace, WWF, ISA Instituto Socioambiental, Instituto de Pesquisas Ambientais da Amazônia Ipam, Friends of the Earth, Climate Observatory, SOS Mata Atlântica Foundation, Instituto Vitae Civilis, Conservation International, Instituto Ethos, FSC, The Nature Conservancy, Woods Hole Research Center, Amazon Working Group (GTA), Brazilian Society for the Advancement of Science (SBPC)
Political Parties	PT, PSDB, PV, PMDB, PSL, PFL, PSB, PDT, PPS, PSOL, PTB, PCdoB, MDB
Armed Forces	Army, Armed Forces, Military Police, FARC, Federal Highway Police, National Force, Navy, Military Police, National Public Security Force, Brazilian Air Force (FAB)
Private Companies	Petrobras, Vale, Google, JBS, Walmart, Minerva Meatpacking Plant, Marfrig, Natura, Bertin Group, Sadia, McDonald's, Odebrecht, Teles Pires, Perdigão, Samarco, Carrefour, Cargill
Universities / Research	University of São Paulo (USP), Federal University of Minas Gerais (UFMG), Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ), University of Brasília (UnB), State University of Campinas (Unicamp), University of California, Federal University of Pará, Federal University of Rio Grande do Sul, Federal University of Amazonas, University of Maryland, Federal University of Goiás (UFG), Stanford University
International Institutions	UN, FAO, The New York Times, World Trade Organization WTO, NASA, Mercosur, WHO, UNESCO, International Union for Conservation of Nature (IUCN), International Labour Organization (ILO), Financial Times, The Guardian, Reuters, IMF, KfW German Banking Group
Religious Institutions	Catholic Church
Movements and Associations	Landless Rural Workers Movement, Abiove, Fiesp, Environmental Parliamentary Front, Abiec, Brazilian Association of Meat Exporting Industries

Source: Author's own elaboration.

112 individuals were identified as being mentioned in more than 10 news reports (Table 3). Fifty-two are national politicians, 41 are environmentalists and scientists, eight are international politicians, and 11 are from other categories. Few individuals from companies and other public and private bureaucratic organizations tend to be mentioned in the reports.

Table 3: Individuals most frequently mentioned in the corpus, by category.

Group	People
National Politicians	Lula, Marina Silva, Dilma Rousseff, FHC, Izabella Teixeira, Reinhold Stephanes, Michel Temer, José Serra, Jair Messias Bolsonaro, Kátia Abreu, Moacir Michelleto, Sérgio Cabral, Marcelo Leite, Tarso Genro, Guilherme Cassel, José Dirceu, Aécio Neves, Geraldo Alckmin, Fernando Gabeira, Fernando Haddad, Roberto Rodrigues, José Antonio Marengo, Ivo Cassol, Gilberto Kassab, Marcelo Furtado, José Sarney, Flexa Ribeiro, Xico Graziano, Jorge Viana, Virgílio Viana, Márcio Santilli, Gisele Bündchen, Adriana Ramos, Guido Mantega, Luciano Evaristo, Gustavo Krause, Marta Suplicy, Luciano Coutinho, Mauro Pires, Raul Jungmann, Moacir Pires, Gilney Viana, Henrique Meirelles, Rubens Ricupero, Itamar Franco, Raul Jungmann, Moacir Pires, Gilney Viana, Rubens Ricupero, José Maria Cardoso da Silva, Fidel Castro, José Paulo Capobianco, Gilmar Mendes, Fernando Collor, Valdir Colatto, Mercadante, Luiz Alberto Figueiredo Machado, José Alencar, Gilberto Carvalho, Tereza Cristina Demms, Renan Calheiros, Paulo Bernardo, Jader Barbalho, Fernando Coelho Filho, Rubens Barbosa, Raul Jungmann
Environmentalists	João Paulo Capobianco, Paulo Adário, Adalberto Veríssimo, Roberto Smeraldi, Tasso Azevedo, Paulo Moutinho, Flávio Montiel, Hugo Chávez, Afra Balazina, Thelma Krug, Sergio Leitão, Marcelo Furtado, Marcio Astrini, Thomas Lovejoy, Sergio Rezende, Mauro Armelin, José Paulo Capobianco, Herton Escobar, Mary Allegratti, Achim Steiner, Marilene Ramos, Raoni Rajão
Scientists/ Researchers	Roberto Mangabeira Unger, Gilberto Câmara, Washington Novaes, José Goldemberg, Paulo Barreto, Luiz Pinguelli Rosa, Sérgio Cabral, Marcelo Leite, Roberto Schaeffer, Paulo Artaxo, Roberto Schaeffer, Thomas Lovejoy, Fernanda Krakovics, José Maria Cardoso Da Silva, Philip Fearnside, Alberto Setzer, Suzana Kahn Ribeiro, William Laurance
International Politicians	George W. Bush, Hugo Chávez, Nicholas Sarkozy, Kofi Annan, Fidel Castro, Evo Morales, Tony Blair, Nicholas Stern
Others	Luciano Coutinho, Rolf Hackbart, Sérgio Serra, Marcelo Marquesini, Mauro Pires, Marcus Barros, Sergio Rezende, Sérgio Serra, Gilberto Carvalho, Luiz Aragão, Raoni Rajão, Luciano Evaristo, Mauro Pires, Raoni Rajão, Gilberto Carvalho, Rui Prado

Source: Author's own elaboration.

Topic modeling made it possible to identify four main themes in the news reports. The first addresses the relationship between agricultural production, deforestation, and land exploitation in Brazil, with emphasis on soybean cultivation and cattle ranching. It explores how the expansion of *commodity production*, driven by global demand, has caused deforestation. This topic raises questions about Brazil's role as a global leader in food production and environmental conservation, and how a balance between these two agendas can be achieved.

The second topic addresses global political and economic dynamics, focusing on Brazil and its interaction with other nations, especially the United States. It portrays international relations involving the Brazilian Amazon. The approach includes issues concerning natural resources, Brazil's role in the global market, and the environmental policies adopted.

The third topic explores the actions of the Brazilian government regarding environmental preservation, with an emphasis on policies to combat deforestation in the Amazon. It addresses environmental policies led by ministers and presidents, and rules related to forest protection enacted by Congress. The topic also highlights the role of state authorities in implementing laws and operations to control deforestation.

Finally, the fourth topic addresses carbon emissions and the environmental impact of wildfires and deforestation. It explores data and figures provided by institutions such as INPE, which monitor deforestation and deforested areas over different periods and their relationship to climate change.

The terms most closely associated with these four identified topics are presented in Table 4.

Table 4: Terms associated with the four identified topics.

#	Topic 1	Topic 2	Topic 3	Topic 4
1	area (<i>area</i>)	brazil (<i>brasil</i>)	government (<i>governo</i>)	deforestation (<i>desmatamento</i>)
2	amazon (<i>amazonia</i>)	countries (<i>países</i>)	ibama	amazon (<i>amazonia</i>)
3	forest (<i>floresta</i>)	world (<i>mundo</i>)	environment (<i>meio ambiente</i>)	emissions (<i>emissões</i>)
4	region (<i>região</i>)	development (<i>desenvolvimento</i>)	president (<i>presidente</i>)	area (<i>area</i>)
5	deforestation (<i>desmatamento</i>)	brazilian (<i>brasileira</i>)	minister (<i>ministro</i>)	data (<i>dados</i>)
6	hectare (<i>hectare</i>)	policy (<i>política</i>)	amazon (<i>amazonia</i>)	government (<i>governo</i>)
7	wood (<i>madeira</i>)	question (<i>questão</i>)	deforestation (<i>desmatamento</i>)	forest (<i>floresta</i>)
8	environmental (<i>ambiental</i>)	all (<i>todos</i>)	environmental (<i>ambiental</i>)	wildfires (<i>queimadas</i>)

#	Topic 1	Topic 2	Topic 3	Topic 4
9	bigger (<i>maior</i>)	president (<i>presidente</i>)	project (<i>projeto</i>)	km
10	project (<i>projeto</i>)	brazilian (<i>brasileiro</i>)	ministry (<i>ministerio</i>)	reduction (<i>redução</i>)
11	forests (<i>florestas</i>)	resources (<i>recursos</i>)	he/she stated (<i>afirmou</i>)	institute (<i>instituto</i>)
12	earth (<i>terra</i>)	international (<i>internacional</i>)	law (<i>lei</i>)	increase (<i>aumento</i>)
13	enterprise (<i>empresa</i>)	to make (<i>fazer</i>)	state (<i>estado</i>)	may (<i>maio</i>)
14	state (<i>estado</i>)	united states (<i>estados unidos</i>)	federal	carbon (<i>carbono</i>)
15	production (<i>producao</i>)	energy (<i>energia</i>)	yesterday (<i>ontem</i>)	inpe
16	soy (<i>soja</i>)	economy (<i>economia</i>)	congress (<i>congresso</i>)	period (<i>periodo</i>)
17	protection (<i>proteção</i>)	others (<i>outros</i>)	national (<i>nacional</i>)	environment (<i>meio ambiente</i>)
18	“amazonic” (<i>amazonica</i>)	government (<i>governo</i>)	against (<i>contra</i>)	square kilometers (<i>quilômetros quadrados</i>)
19	fence (<i>cerca</i>)	world (<i>mundial</i>)	<i>sarnei filho</i>	system (<i>sistema</i>)
20	part (<i>parte</i>)	usa (<i>eua</i>)	<i>temer</i>	fire (<i>fogo</i>)
21	national (<i>nacional</i>)	time (<i>tempo</i>)	river (<i>rio</i>)	<i>nacionalpesquisas</i>
22	others (<i>outras</i>)	big (<i>grande</i>)	<i>lula</i>	monitoring (<i>monitoramento</i>)
23	biodiversity (<i>biodiversidade</i>)	market (<i>mercado</i>)	day (<i>dia</i>)	agreement (<i>acordo</i>)
24	lands (<i>terras</i>)	planet (<i>planeta</i>)	two (<i>dois</i>)	numbers (<i>numeros</i>)
25	forest-related (<i>florestal</i>)	good (<i>bem</i>)	decree (<i>decreto</i>)	rate (<i>taxa</i>)
26	big (<i>grande</i>)	example (<i>exemplo</i>)	policy (<i>politica</i>)	climate (<i>clima</i>)
27	exploration (<i>exploração</i>)	environmental (<i>ambiental</i>)	deputy (<i>deputado</i>)	brazil (<i>brasil</i>)
28	conservation (<i>conservação</i>)	policies (<i>politicas</i>)	brasilia	past (<i>passado</i>)
29	usage (<i>uso</i>)	problem (<i>problema</i>)	proposal (<i>proposta</i>)	last (<i>ultimos</i>)
30	he/she states (<i>afirma</i>)	society (<i>sociedade</i>)	operation (<i>operação</i>)	forests (<i>florestas</i>)

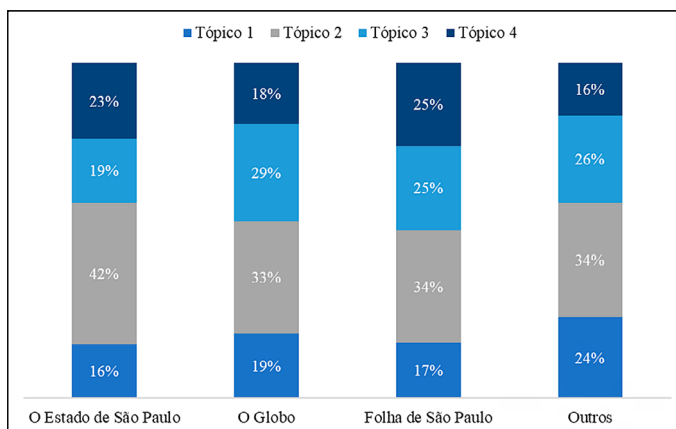
Source: Own elaboration.

Topic 2 was the most frequently covered, accounting for 36% of the coverage, indicating that global political and economic issues are highly relevant to coverage of deforestation in the Amazon. Topic 3, focused on government actions against deforestation, followed with 24%. Topic 4, which deals with deforestation monitoring, was the subject of 21% of the news reports. Topic 1, which addresses

Televised revolution: journalistic coverage of deforestation control in the Brazilian amazon Abstract

the relationship between agricultural production and deforestation, received the least coverage, being the focus of 18% of the reports.

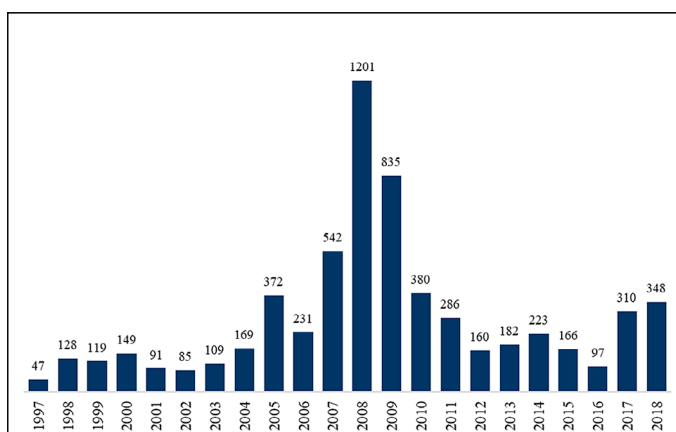
Graph 2: Frequency of topics by media outlet.



Source: Own elaboration.

The coverage in *O Estado de São Paulo* shows a predilection for international topics, *O Globo* places slightly more emphasis on actions against deforestation, and *Folha de S. Paulo* has the highest proportion of reports on deforestation monitoring. The coverage of Topic 1, the most negative and contrary to the interests of powerful economic sectors, is similar across these three publications, ranging from 16% (*O Estado de São Paulo*) to 19% (*O Globo*) of the reports.

Graph 3: Annual frequency of news reports.

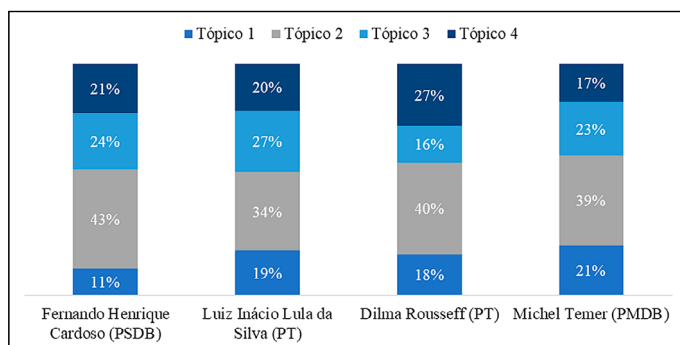


Source: Own elaboration.

Graph 3 shows the annual frequency of publications. There is a significant variation in the frequency of publications over time and a peak in 2008. The Lula government had the highest average number of reports (479.9 per year), followed by the Temer (302.7), Dilma (188.0) and FHC (123.8) governments.

Graph 4 shows the occurrence of topics during the governments involved in the analysis. During the FHC government, coverage is marked by a slow growth in the number of publications. Topic 2 stood out with 43% of the coverage, reflecting an emphasis on themes related to global political and economic dynamics. Topic 3, with 24%, also received significant attention, indicating a relevant interest in environmental or institutional issues. Topics 1 (11%) and 4 (21%) had less representation, suggesting that issues related to deforestation or wildfires, predominant in Topic 4, received little attention during this period.

Graph 4: Distribution of topics by presidential term.



Source: Own elaboration.

Two figures stand out: José Sarney Filho and Congressman Moacir Micheletto. The former was Minister of the Environment under Fernando Henrique Cardoso (FHC) from 1999 to 2002. His tenure was marked by the approval of the Environmental Crimes Law and the creation of the National Policy on Conservation Units. Micheletto was a federal congressman for the PMDB-PR party and led attempts to change the forestry code, in reaction from agribusiness parliamentarians to the increased restrictions on deforestation of rural properties in the Amazon, which had been approved by Provisional Measure by the FHC government in previous years.

In addition to them, other agents from the political field gain prominence. Agents linked to the executive branch, such as Gustavo Krause, who headed the government's environment ministry in previous years, Raul Jungmann, Minister of Agrarian Development, Ronaldo Sardenberg, Minister of Science and Technology, José Serra, senator and Minister of Planning and Budget, and FHC himself are

frequently mentioned. In the legislative branch, Gilney Viana, federal deputy from Mato Grosso and member of the Commission for National Integration, Regional Development and the Amazon, also stands out.

A few environmentalists and journalists also gained prominence during this period. Marina Silva (then a Senator), João Paulo Capobianco, Paulo Adário (Greenpeace), and Roberto Smeraldi (Friends of the Earth) stand out among the environmentalists. Batmanian, William Laurance, and José Goldemberg are among the scientists. Marcelo Leite and Washington Novaes stand out among the journalists.

During FHC's (Fernando Henrique Cardoso's) term, corporate presence in the news was limited. Emphasis was given to the energy and mining sectors, with companies like Vale and Petrobras mentioned due to their exploitation of natural resources and their impacts. The food sector was also present with Sadia, reflecting initial discussions about the relationship between food production and deforestation. Teles Pires emerged representing the infrastructure sector, linked to the expansion of hydroelectric projects.

Coverage intensified throughout Lula's administrations, reaching its peak in 2008 with 1200 publications, an increase of over 120% compared to the previous year. During this period, other terms gained prominence. The emergence of terms such as "bill," "emissions reduction targets," and "climate change" demonstrates the intensification of discussions on public policies and the global implications of deforestation. Topic 2, although still predominant with 34% of the coverage, saw its representation reduced compared to the previous administration. Topic 3, with 27%, showed an increase, suggesting a greater emphasis on environmental debates and institutional issues during this period. Topic 1 (19%) showed an 8% increase, indicating greater attention to deforestation and agricultural production. Finally, topic 4 (20%) remained very close to the previous administration.

Figures who were already prominent during the FHC administration continued to be relevant. João Paulo Capobianco, Paulo Adário, Roberto Smeraldi, José Goldemberg, and Washington Novaes maintained their significant contributions to environmental protection. Marina Silva and João Paulo Capobianco gained even more prominence when they were appointed Minister of the Environment and Secretary of Biodiversity and Forests, respectively.

Ministers from the governments gained prominence during this period. Carlos Minc, Marina's replacement after 2008, emerged as a relevant name. Dilma Rousseff emerged as Minister of Mines and Energy, playing a strategic role in energy issues. Reinhold Stephanes, Federal Deputy for Paraná, who was Minister of Agriculture, Livestock and Supply, Tarso Genro, who held several ministerial portfolios, and Roberto Mangabeira Unger, who assumed the Ministry of Strategic Affairs and the coordination of the Sustainable Amazon Plan at the same time that Marina Silva left the Ministry of the Environment, also stand out.

In the opposition, the most prominent names were José Serra, Lula's opponent in the 2002 elections; Kátia Abreu, a cattle rancher and federal deputy for Tocantins; and Blairo Maggi, governor of Mato Grosso from 2003 to 2010, known as the "Soy King." Internationally, George W. Bush, then president of the United States, had interactions with the Lula government that were reflected in nationally published news. The rise in the number of news stories between 2007 and 2009 is highly associated with the opposition of these two rural leaders to the tightening of deforestation control policies implemented under the leadership of Environment Ministers Marina Silva and Carlos Minc. Marina's downfall, in fact, is strongly linked to these disputes.

A number of agents from the scientific and environmental fields have proven key in this government. Two of them are associated with organizations involved in producing deforestation indices. Adalberto Veríssimo, researcher and co-founder of the Institute of Man and Environment of the Amazon, was involved in producing figures and research on deforestation that significantly influenced public debate. Gilberto Câmara was the director of the National Institute for Space Research, responsible for producing the official deforestation index. In addition to these, Luiz Pinguelli Rosa, executive secretary of the Brazilian Forum on Climate Change and Director of the Brazilian Panel on Climate Change, and Paulo Moutinho, PhD in ecology and co-founder of the Amazon Environmental Research Institute, who contributed research on the causes and consequences of deforestation in the Amazon, also stand out during this period.

There has been an explosion in the presence of companies in the news, especially those linked to the agribusiness and food sectors, such as Grupo Bertin, Perdigão, McDonald's, and Walmart. These mentions are strongly associated with disputes involving Greenpeace, an environmental organization that developed two major campaigns during this period, and the Federal Public Prosecutor's Office, which resulted in the establishment of the Soy Moratorium, the Public Commitment of Livestock Farming, and the Conduct Adjustment Agreement of the Meat Supply Chain. Companies in the energy and mining sectors also gained prominence. Companies associated with controversial hydroelectric projects, such as the Madeira River and Belo Monte dams, emerged as relevant entities. Finally, Google began to appear in discussions, mainly due to its digital tools for environmental monitoring.

The number of news stories began to decrease throughout Dilma's government. Terms such as "emissions reduction," "greenhouse gases," "deforestation reduction," and "combating deforestation" continued to be prominent. Topic 2, associated with global issues, reached its peak, accounting for 40% of coverage. Topic 4, with 27%, also increased. These increases are associated with the intensification of international climate negotiations that culminated in the Paris Agreement in 2015. Topic 3, with 16%, registered a significant drop, suggesting less emphasis

on institutional aspects and government actions. Topic 1, with 18%, remained very close to the previous term. An important theme related to it is the reform of the Forest Code approved in 2012, considered a huge setback by environmentalists.

Several figures who had already distinguished themselves in the governments of FHC and Lula continued to play relevant roles. Dilma, FHC, Lula, Adalberto Veríssimo, Kátia Abreu, Gilberto Câmara, and Paulo Adário remained at the center of debates and actions related to the environment, agriculture, and national politics. Marina Silva maintained her prominence, now as a presidential candidate in 2010 and 2014. Izabella Teixeira, Minister of the Environment throughout Dilma's term, rose as an important figure. Other political figures who gained prominence were Gilberto Carvalho, Chief Minister of the General Secretariat of the Presidency, Mauro Pires, of ICMBio, and Luciano Evaristo, head of environmental enforcement at Ibama.

In the scientific and environmental field, Paulo Barreto and José Antonio Marengo remain prominent. Tasso Azevedo, who participated in Marina Silva's team at the Ministry of the Environment and conceived the Amazon Fund, is becoming a central figure in debates about climate change, even though he is no longer in government. Marcio Astrini, coordinator of strategic areas at Greenpeace, is also emerging as an important figure. Finally, journalist Giovana Girardi, specializing in science and the environment, is gaining prominence.

No mandato de Dilma observa-se nova diminuição na presença de empresas no *corpus* e uma diversificação nos setores econômicos ligados ao desmatamento.

In Rousseff's mandate another reduction in the mentions of firms is observed in the corpus, along with a diversification in the economic sectors linked to deforestation. Meatpacking companies JBS, Marfrig, and Minerva gain greater prominence due to their connection with the expansion of cattle ranching. In the energy and mining sectors, companies like Samarco gained prominence due to the Mariana environmental disaster. Google and Natura also appear associated with innovation and sustainable initiatives.

During the years of the Temer government, there was a slight increase in the number of publications. The main themes addressed relate to events considered setbacks by environmentalists. Notable among these are the 2017 decree that resulted in the declassification of the National Copper and Associated Minerals Reserve, an area of over 46,000 square kilometers located between the states of Amapá and Pará, and the debates surrounding the declassification of the Jamanxim National Park by Provisional Measure. Debates on the implementation of the Paris Agreement also gained relevance, especially due to international pressure on the new government to fulfill its commitments. More generally, Topic 1 reached its highest value, with 21%, indicating that political and governmental issues gained more space in the coverage. Topic 2, with 39%, remained in the lead, following the

level of the previous government. Topic 3 grew again, reaching 23%, suggesting an increase in institutional or environmental discussions during the period. Topic 4, with 17%, registered the lowest percentage, indicating that issues such as greenhouse gas emissions and climate change have lost prominence.

Members of the government gained prominence in issues related to deforestation in the Amazon. Fernando Coelho Filho, who held the position of Minister of Mines and Energy, José Serra, who was Minister of Foreign Affairs, and Henrique Meirelles, the Minister of Finance, gained more exposure. Zequinha Sarney, who assumed the Ministry of the Environment, remained a prominent figure. Other politicians outside the government gained or maintained prominence. Tereza Cristina, a federal deputy for Mato Grosso do Sul, rose to prominence during this period, later becoming Minister of Agriculture. Geraldo Alckmin also gained prominence as governor of São Paulo and a presidential candidate. Dilma Rousseff, Lula, and Izabella Teixeira remained important media figures. Marina Silva also maintained her leading role. Internationally, Vidar Helgesen, Norway's Minister of Climate and Environment, played a significant role in discussions on climate change and global environmental cooperation.

In the environmental, scientific, and journalistic fields, figures such as Tasso Azevedo, Paulo Barreto, Márcio Astrini, and Giovana Girardi remained prominent. Raoni Rajão, a Brazilian scientist and professor who would later join Marina Silva's team during Lula's third term, emerged as an important name due to his research related to deforestation.

Regarding organizations, it is observed that the energy and mining sector dominated the debate, with Samarco leading the news due to the ongoing impact of the Mariana disaster. Meatpacking companies JBS, Minerva, and Marfrig remained central. Google and Natura reinforced their presence, with positive contributions to sustainability.

Disputes in the field of power and journalistic dynamics

In line with the perspectives of Bourdieu (1997), Champagne (1995), and Pedroso Neto (2015), our analyses demonstrate a significant homogenization of journalistic coverage. The coverage of the main media outlets is characterized by the recurrence of certain expressions and a focus on four major topics. Throughout the four terms and across all media outlets, Topic 2 gained prominence, indicating a significant media emphasis on Brazil's political and economic relations within the global context. On the other hand, the topic that receives the least attention is precisely the one dealing with the causes of deforestation, associated with the expansion of agriculture. As Champagne (1995) points out, it is plausible to consider that

the media tends to avoid conflicts with powerful sectors of the Brazilian economy, which generates a depoliticization of its coverage.

The homogeneity of the coverage involves a recurrence of certain powerful individuals and organizations in the reports throughout the period, as indicated by Tuchman (1978) and Gans (1979). It is pertinent to consider these agents as members of the power structure involved in the issue of deforestation, and the recognition of named entities has proven to be an effective technique for their identification. The underrepresentation of social movements and representatives of Amazonian rural populations, especially Indigenous, Quilombola, and riverside communities, which tend to be harmed by the dynamics of deforestation, is notable. NGOs and the Catholic Church appear to be important intermediaries between these populations and the media.

The agents involved in the disputes come from five main fields, in addition, of course, to the journalistic field: the Political, the Economic, the Environmental, the Scientific, and the Military. As already indicated, the disputes between these spaces are significantly influenced by international relations, which generally tend to favor and be strategically used precisely by the least powerful space in question, that of environmentalists. Another important alliance for agents in the environmental field is with scientists. Our data indicate that the actions of the political, environmental, and scientific fields tend to be more personalized, with certain individuals gaining media prominence. Coverage of the economic and military fields, however, treats the agents in a more institutionalized way.

One of the most interesting findings of our analysis is the sudden increase in the number of news reports between 2007 and 2009. Previous studies demonstrate that this was a critical period for controlling deforestation (Mello; Artaxo, 2017; West; Fearnside, 2021; Candido et al., 2023; Candido et al., 2025; Nepstad et al., 2014; Gibbs et al., 2016). This stemmed primarily from two factors that generated intense conflicts among elites.

The first was the implementation of the Amazon Deforestation Prevention and Control Plan, the most structured and effective public policy for deforestation control ever implemented in the country (Mello; Artaxo, 2017; West; Fearnside; 2021; Candido et al, 2023). Understanding the State as a set of interconnected fields, Candido et al (2023) show that the expansion of the Brazilian State's capacity to control deforestation was primarily a political construction, in which the Ministry of the Environment, with the support of Lula's Presidency, developed strategies capable of confronting the powerful opposition from the Ministry of Agriculture and Livestock and other groups on the "right wing" of the Brazilian State. The period in which the peak of reporting in our study occurs coincides with the height of the political conflicts involved. Faced with the significant increase in the deforestation rate in 2004, even after significant actions to combat deforestation had been taken,

the MMA team, led by Marina Silva, mobilized in the following years to advance the implementation of strategic measures that confronted the interests of agribusiness (Brazil, 2007). The victory of the government's environmentalists, however, generated strong disputes with agribusiness, leading to Marina Silva's downfall in 2008.

The second factor was the occurrence of conflicts involving Greenpeace, the Federal Public Prosecutor's Office of Pará (MPF-PA), and Brazilian meatpacking companies, notably JBS, Marfrig, and Minerva (Candido et al, 2025; Nepstad et al, 2014; Gibbs et al, 2016). These events were concentrated in 2008, when Greenpeace launched a series of protests around the world targeting meatpacking plants involved in illegal deforestation and their clients in the supermarket, clothing, automotive, and other sectors, and the Federal Public Prosecutor's Office of Pará (MPF-PA) prosecuted companies involved in illegal deforestation in the state of Pará. These actions had significant media repercussions and resulted in the signing of the Public Commitment of Livestock Farming, an agreement in which JBS, Marfrig, and Minerva committed to actions to combat deforestation with Greenpeace, and a Conduct Adjustment Agreement involving meatpacking plants and supermarkets operating in Pará (Candido et al, 2025).

In line with what Zelizer (2015), Entman (1993), and McCombs and Shaw (1972) indicate, the peak of news coverage in our *corpus* is directly related to these two conflicts and the moment of stability experienced in the field of power. At that moment, journalistic coverage also became politicized, not as a consequence of an editorial project of the media outlets, but as a result of the nature of the scandalous events reported (De Blic ; Lemieux, 2005; Grün, 2018) or contentious episodes (McAdam ; McCarthy ; Zald, 1996), in which the dominant social order was put to the test.

Our data indicate two relevant changes in media coverage during the conflict period. First, there is a significant drop in the proportion of news reports associated with international issues. This is consistent with the fundamentally national character of the identified conflicts. Second, there is a significant increase in the exposure of large meatpacking companies, which, according to the findings of authors in the theory of social movements (Gamson; Wolfsfeld, 1993; McAdam ; McCarthy ; Zald, 1996), can be considered key to the relative success of the actions of Greenpeace and the Federal Public Prosecutor's Office of Pará (MPF-PA).

By analyzing media coverage during a period marked by the implementation of public policies and private initiatives that contributed to a significant reduction in deforestation, the study demonstrates how media coverage can transform during disputes between social elites. Despite undeniable reproductive tendencies, this coverage can eventually expose powerful agents and contribute to the strategies of challengers, thus contributing to social transformation.

ACKNOWLEDGEMENTS

We thank the São Paulo Research Foundation (FAPESP) for supporting this research (Process: 20/16236-7).

REFERENCES

- ADUT, A. Scandal as norm entrepreneurship strategy: Corruption and the French investigating magistrates. **Theory and Society**, v. 33, p. 529-578, 2004.
- ANDRUS, L. P.; WATERS, S. Framing the Flames: Analyzing News Coverage of The 2019 Amazon Rainforest Fires by Brazilian and American Newspapers. **Scielo preprints**. No prelo.
- BENFORD, R. D.; SNOW, D. A. Framing processes and social movements: An overview and assessment. **Annual review of sociology**, v. 26, n. 2000, p. 611-639, 2000.
- BENNETT, W. L., LAWRENCE, R. G.; LIVINGSTON, S. **When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina**. University of Chicago Press, 2012.
- BENSON, R. La logique du profit dans les médias américains. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 131, n. 1, p. 107-115, 2000.
- BLEI, David. M.; NG, Andrew Y.; JORDAN, Michael. I. Latent Dirichlet Allocation. **Journal of Machine Learning Research**, v. 3, 2003.
- BRASIL. Decreto nº 6.321, de 21 de dezembro de 2007. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 2007.
- BRAGA, T; MARINHO, S. Journalistic narratives about the “day of fire”: a Luso-Brazilian perspective on the Amazon. **Brazilian journalism research**, v. 19, p. E1582, 2023.
- BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997, 143 pp.
- BOURDIEU, P. **The state nobility: Elite schools in the field of power**. Stanford University Press, 1998.
- CANDIDO, S. E. A. et al. A construção e desconstrução de capacidades estatais de controle do desmatamento da Amazônia: Do PPCDAm a Bolsonaro. **Estudos de Sociologia**, p. e023014-e023014, 2023.
- CANDIDO, S. E. A. O estabelecimento da moratória da soja na floresta amazônica brasileira: ação ambiental estratégica para explorar oportunidades em múltiplos campos. **Sociologias**, v. 25, 2023.

CANDIDO, S. E. A. Risk assessments and the entanglement of fields: Lessons from the transformation of purchasing practices of beef processing firms in the Brazilian Amazon Rainforest. **Annals of the 2025 Annual Meeting of the Society for Advancements in Socio Economics**, Montreal, Canadá, 2025.

CHAMPAGNE, P. La double dépendance: quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique. **Hermès, La Revue**, v. 1718, n. 3, p. 215-229, 1995.

COSTA, L. M. The Brazilian Press and the environmental issues at the beginning of the XXI century: the amazon deforestation in journalistic discourse. **Revista General De Información Y Documentación**, v. 26, n. 2, p. 697, 2016.

DE BLIC, D; LEMIEUX, C. The scandal as test: Elements of pragmatic sociology. **Politix**, v. 71, n. 3, p. 9-38, 2005.

DESIKAN, B. S. **Natural Language Processing and Computational Linguistics: A practical guide to text analysis with Python, Gensim, spaCy, and Keras**. Packt Publishing Ltd. 2018

DOW JONES. Factiva Database. Site institucional. Disponível em <<https://www.dowjones.com/business-intelligence/factiva/products/factiva/>> Acesso em 20 de julho de 2020.

ENTMAN, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

GAMSON, W. A., & WOLFSFELD, G. (1993). Movements and media as interacting systems. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 528(1), 114-125.

GANS, H. J. **Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time**. Pantheon Books, 1979.

GIBBS, Holly K. et al. Did ranchers and slaughterhouses respond to zero-deforestation agreements in the Brazilian Amazon? **Conservation Letters**, v. 9, n. 1, p. 32-42, 2016.

GRÜN, R. **Da pizza ao impeachment: uma sociologia dos escândalos no Brasil contemporâneo**. Alameda Casa Editorial, 2018.

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. **Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment**. Oxford University Press, 2008.

JULURU, K. et al Bag-of-Words technique in natural language processing: a primer for radiologists. **Radiographics**, v. 41, n. 5, p. 1420–1426, 2021.

LADLE, R. J. et al. Perceptions of Amazonian deforestation in the British and Brazilian media. **Acta amazonica**, v. 40, p. 319-324, 2010.

MANGAS, L; COSTA, L. Enquanto passava a boiada: Jornalismo, meio ambiente e política durante a pandemia na Amazônia. **Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, v. 8, n. 2, p. 01-17, 2022.

MCADAM, D.; MCCARTHY, J. D.; ZALD, M. N. (Ed.). **Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings**. Cambridge University Press, 1996.

MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. **Public opinion quarterly**, 36(2), 176-187, 1972.

MELLO, N. G. R.; ARTAXO, P. Evolução do plano de ação para prevenção e controle do desmatamento na Amazônia legal. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, p. 108-129, 2017.

NEPSTAD, D. et al. Slowing Amazon deforestation through public policy and interventions in beef and soy supply chains. **Science**, v. 344, n. 6188, p. 1118-1123, 2014.

PALMER, A. W. (1996). **News from the Amazon rainforest: the social construction of an environmental problem**. The University of Utah Press.

PEDROSO NETO, A. J. Jornalismo e despolitização. **Revista Observatório**, v. 1, n. 2, p. 82-100, 2015.

SANTIAGO, A. K. A. Da ilusória paz à guerra simbólica: o uso dos números para noticiar a Amazônia em anos eleitorais. **Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade)**, Universidade Federal do Tocantins, 2024.

SCHUDSON, M. **The power of news**. Harvard University Press, 1995.

TUCHMAN, G. (1978). **Making news: A study in the construction of reality**. Free Press.

WEST, T.; FEARNSIDE, P. Brazil's conservation reform and the reduction of deforestation in Amazonia. **Land use policy**, v. 100, p. 105072, 2021.

ZELIZER, B. (2015). Terms of choice: Uncertainty, journalism, and crisis. **Journal of Communication**, 65(5), 888-908.

“JORNALISMO INTERESSANTE ACONTECE QUANDO JORNALISTAS TESTAM NOVAS IDEIAS, TENTAM NOVAS FORMAS DE REPRESENTAR A ECONOMIA, E NÃO SE DEIXAM INTIMIDAR PELA AUTORIDADE DA EXPERTISE ESTABELECIDADA” UMA ENTREVISTA COM TIAGO MATA

Tomás UNDURRAGA*

Contexto da entrevista

Esta entrevista ocorreu em 21 de maio de 2025 e explora a abordagem de Tiago Mata para o estudo do debate econômico público a partir de uma perspectiva dos estudos da ciência.

Perfil do entrevistado

Tiago Mata é professor do Departamento de Estudos de Ciência e Tecnologia do University College London. Tomás Undurraga é professor e chefe do Departamento de Sociologia da Universidade Alberto Hurtado, no Chile. Eles trabalharam juntos entre 2012 e 2016 em um projeto financiado pelo Conselho Europeu de Pesquisa intitulado “*Economia na Esfera Pública: Reino Unido, EUA, França, Brasil e Argentina desde 1945*” — no qual Tiago foi o Investigador Principal e Tomás um pesquisador de pós-doutorado estudando a mídia brasileira.

Tomás Undurraga: *Você é um historiador da economia com formação em estudos de ciência e tecnologia — uma combinação nova e fascinante. Como forma de apresentação, poderia nos contar sobre sua formação acadêmica, suas primeiras curiosidades intelectuais e como você chegou a se concentrar nessa abordagem interdisciplinar?*

* Doutorado em Sociologia pela Universidade de Cambridge. Orcid 0000-0003-4267-5826 tundurraga@uahurtado.cl.

Talvez um bom ponto de partida seja Portugal e minha primeira graduação, que não foi em História. Por diversos motivos pessoais que não vale a pena detalhar, eu pretendia estudar Economia, mas tinha uma escolha. Existem várias faculdades de Economia em Lisboa, minha cidade natal. Naquela época, havia basicamente duas opções, duas faculdades. Uma era uma faculdade de Economia mais antiga, e a outra mais recente, chamada literalmente de “Universidade Nova”. Como é comum no ensino de Economia na maior parte da Europa Continental, as faculdades desenvolvem fortes identidades político-partidárias. Então, uma era de esquerda e centro-esquerda, localizada com vista para o Parlamento Nacional, a outra era de direita e centro-direita e não muito longe de uma prisão famosa. Deixo para vocês adivinharem qual escolhi... Isso aconteceu antes da homogeneização dos cursos de graduação na Europa, conforme definido pelo Tratado de Bolonha. O curso não era apenas mais voltado para a esquerda, mas também era disciplinarmente diverso: cursei um pouco de finanças, muita macroeconomia, microeconomia e econometria, mas também estudamos sociologia, história econômica, desenvolvimento, história das ideias e filosofia. E no meu último ano, fiz uma disciplina de história da economia e foi então, lendo sobre os estudiosos por trás das ideias, que algumas coisas que eu havia aprendido começaram a fazer sentido. Finalmente, havia uma abordagem que combinava com a forma como meu cérebro funcionava. Sabe, enquadrar as teorias em um contexto social de várias maneiras. Não apenas o contexto biográfico, mas também os antecedentes das estruturas sociais e econômicas da época. Simplesmente parecia certo, era mais interessante também. Os conceitos ganharam corpo, um peso, que não tinham quando me eram explicados formalmente ou empiricamente. De lá, segui para um mestrado em economia em Cambridge. Tinham me dito que era um lugar heterodoxo, o que acabou sendo propaganda enganosa. Logo depois disso, tive a oportunidade de financiar um doutorado. Naquela época, havia bolsas de estudo muito generosas para portugueses estudarem no exterior, e eu escolhi — por conselho de um dos meus professores em Lisboa, que por acaso também era líder de um importante partido de esquerda — ir para a London School of Economics (LSE) para trabalhar com Mary Morgan em um projeto de história da economia.

Mary Morgan sempre foi uma historiadora com inúmeras conexões intelectuais, principalmente com filósofos da ciência. Foi por meio dela que tomei conhecimento dos estudos da ciência e da sociologia da ciência. Certo dia, durante uma supervisão, ela me entregou uma cópia impressa do ensaio de Thomas Gieryn (1995) sobre o trabalho de delimitação de fronteiras. Foi uma sugestão brilhante, perfeita para o tipo de pesquisa que eu queria fazer. Eu queria estudar as ideias das pessoas com quem eu tinha alguma afinidade. Novamente, economistas progressistas e heterodoxos, que era o que eu conhecia, tentando entender (para mim mesmo) de onde essas ideias vinham e o que elas estavam fazendo. A sociologia da ciência tornou-se uma espécie de andaime para organizar e justificar esse interesse e essa análise.

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

E sabe, o trabalho transforma o trabalhador. A sociologia deixou de ser um andaime e se tornou um portal pelo qual eu passei. Quanto mais eu questionava credibilidade e poder, menos a economia me interessava e mais interessante se tornava todo o resto. Com o tempo, o plano de fundo se tornou o primeiro plano. Os temas que para os historiadores econômicos convencionais eram apenas contexto para o texto, tornaram-se cada vez mais a própria história para mim.

Tomás Undurraga: *Isso é fascinante. Então, a centralidade do contexto tornou-se a protagonista da história que você queria contar. E quais foram seus próximos passos, institucionalmente falando? Você foi para os EUA fazer um pós-doutorado? Ou foi primeiro para a Holanda?*

Após concluir minha graduação na LSE, fiz um breve pós-doutorado no STS, University College London, onde estou atualmente, trabalhando com uma pesquisadora incrível chamada Jane Gregory. Ela escrevia sobre dissidência nas ciências naturais e tinha acabado de publicar um livro sobre um astrônomo britânico controverso, Fred Hoyle. Ela se interessava por cientistas não convencionais não principalmente por suas ideias incomuns, mas pela forma como eles se comunicavam com o público em geral. Foi por meio dela que me interessei por mídia e pela comunicação de ideias como momentos criativos. Quando chegou a hora de escrever um projeto de pós-doutorado, usei o que havia aprendido naqueles oito meses intensos na UCL. Esse se tornou meu primeiro pós-doutorado na Universidade Duke. Acabei interrompendo o pós-doutorado porque consegui um emprego de professor em Amsterdã, e foi lá que expandi essas ideias para uma proposta ao Conselho Europeu de Pesquisa que não se concentrava mais em como os economistas se comunicam — como eu havia começado na UCL e continuei em Duke — mas sim em jornalistas. Essa foi a reviravolta crucial. Ao explicar isso para você, fica claro para mim o quanto tudo isso foram passos iniciais, desde o trabalho com economistas incomuns, passando pelo interesse em como eles se comunicavam além de seus grupos de pares, até finalmente nos voltarmos para as práticas jornalísticas. Ao longo de todo o processo, o que antes era contexto tornou-se o próprio tema. Não houve grandes saltos no escuro. Tudo muito bem fundamentado e incentivado pela hibridez disciplinar que caracteriza os estudos de ciência e tecnologia.

Tomás Undurraga: *Isso ajuda a entender melhor a evolução da sua pesquisa, desde o estudo de economistas até o estudo de jornalistas, e da análise do contexto dos fenômenos para tornar esse contexto o foco principal da sua pesquisa. Gostaria de lhe perguntar um pouco mais sobre seu trabalho a respeito da economia radical e o ressurgimento da esquerda na América do Norte durante as décadas de 1960 e 1970. Você explorou como esses movimentos introduziram novas formas de pensar*

sobre a economia, a expertise e a justiça social. Como você explica a ascensão dos economistas como especialistas públicos?

Então, esse trabalho levou vinte anos para ser concluído, e o livro será lançado no próximo ano (MATA, 2026). Tudo começou com meu doutorado — que pode ser acessado pelo site da LSE, intitulado “*Dissent in Economics*” (Dissidência em Economia). Foi um estudo sobre por que os economistas discordam. O foco foi o problema internalista de como uma disciplina que parecia coesa e homogênea em meados do século XX começou a se fragmentar em posições antagônicas e doutrinárias a partir de meados da década de 1960. Portanto, trata-se de um problema na história das ciências sociais. Estudei duas comunidades, os pós-keynesianos e os economistas radicais, questionando como cada uma delas se identificou como distinta da corrente neoclássica dominante que as formou. Qual era a base de sua crítica? Como se estruturaram intelectualmente e como grupo social? Foi aqui que o recurso de delimitação de fronteiras se mostrou útil, pois me permitiu analisar uma crise de credibilidade dentro da disciplina de economia sem me limitar a ela, e também incluir na análise os atores e grupos externos aos quais os economistas apelavam — como movimentos estudantis, movimentos por justiça social, formuladores de políticas etc. Felizmente, os dois grupos que escolhi se revelaram muito diferentes. Um estava enraizado em uma tradição dentro da economia: os pós-keynesianos resgatavam uma tradição de Cambridge que unia J.M. Keynes e Alfred Marshall. Eles se apresentavam como elitistas, orientados para políticas públicas e com visão de mundo. Em contraste, a identidade do economista radical estava ligada à contracultura da Nova Esquerda e à ciência ativista para a mobilização de massas. Ethos muito diferentes, embora concordassem em muitos pontos doutrinários específicos. A dissertação tratava, na verdade, de trabalhar a partir desses contrastes e se concentrava nos primeiros anos de ambos os grupos e em seus movimentos de diferenciação e demarcação. Mas então comecei a escrever um livro, que inicialmente seria a dissertação com alguns acréscimos. Ao longo dos anos, devido à relação simbiótica e, por vezes, parasitária que o livro manteve com todos os outros projetos que desenvolvi, ele acabou se tornando algo diferente. Passou a tratar exclusivamente de economistas radicais e do papel do conhecimento na mobilização e direcionamento da política socialista de base nos EUA. Assim, deixei de contar a história de como acadêmicos se unem na disciplina para desenvolver uma narrativa mais ampla sobre como esses mesmos economistas desistiram de tentar mudar sua área de atuação e passaram a ministrar cursos de verão para ativistas, escrever panfletos, desenvolver gêneros de jornalismo cidadão e contribuir com sua expertise para think tanks alternativos pró-trabalhistas e pró-feministas. Voltando à sua pergunta, o livro se tornou uma história sobre a expertise econômica de esquerda. Ele não abandona completamente a ideia de que os economistas têm

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

respostas importantes, mas defende que sua contribuição especializada deve ser avaliada em relação às demandas da democracia participativa.

Tomás Undurraga: *É interessante observar como essas duas formas distintas de influenciar a política — uma mais tecnocrática e outra mais voltada para a base — têm estado em tensão na política de centro-esquerda nos últimos 50 anos. Pensando no caso chileno, porém, em que economistas na esfera pública gozam de grande prestígio como especialistas, a abordagem tecnocrática certamente tem maior presença do que o movimento popular. Embora existam poucos economistas ativistas de esquerda com atuação pública, a combinação tecnocrática de cima para baixo, orientada para os formuladores de políticas, é a norma.*

Talvez não no Chile, mas creio que a abordagem de base não seja tão incommon, embora as estruturas institucionais da América do Norte sejam importantes. A preponderância de think tanks, por exemplo, é um elemento crucial nesse contexto. Poucos países contam com uma variedade tão grande de organizações não governamentais de pesquisa bem fundamentadas para realizar análises e debates políticos como os Estados Unidos. Em Portugal, por exemplo, a disciplina econômica tem um caráter mais hierárquico ou elitista, e o setor público é importante no fornecimento de conhecimento especializado; as regras de acesso à esfera pública e a forma de conduzir o embate de ideias são necessariamente diferentes. Curiosamente, como nação periférica, há tentativas de importar o modelo americano de think tank progressista, em particular uma instituição chamada Instituto de Política Econômica (EPI, na sigla em inglês), em Washington, D.C. O EPI foi financiado inicialmente pela AFL-CIO (Federação Americana do Trabalho e Congresso das Organizações Industriais) e pela UAW (United Automobile Workers), os sindicatos, e tem raízes na economia radical. Tem raízes na minha história de dissidentes e foi praticamente irrelevante durante décadas, até se tornar extremamente relevante nos últimos 20 anos. Muitas das pessoas associadas ao EPI estavam envolvidas no governo Biden, então, de repente, pela primeira vez, estavam do lado de Washington. Outros países imitam esses modelos e estratégias dos EUA, esses think tanks, mas os efeitos nunca são os mesmos.

Tomás Undurraga: *Vamos falar sobre o projeto Economia na Esfera Pública. Entre 2012 e 2016, você liderou um importante projeto do Conselho Europeu de Investigação intitulado Economia na Esfera Pública: Reino Unido, Estados Unidos, Brasil e Argentina desde 1945, no qual tive a oportunidade de trabalhar com você. Poderia nos contar sobre o que era esse projeto e quais foram suas principais conclusões?*

Agora deve ser fácil perceber como este projeto se encaixa. Durante todo esse tempo, eu estava nessa jornada da economia para este campo, que alguém próximo a mim descreveu como “um lugar para desajustados”. Os estudos da ciência são um lugar para desajustados, para pessoas que trabalham em espaços intersticiais ou que são inconformistas disciplinares.

Então, do que se tratava o projeto *Econpublic*? O projeto tinha como objetivo analisar o papel dos jornalistas na construção da esfera econômica pública. Eu ouvia com frequência que os jornalistas eram desprezados pelos economistas, e isso não me parecia correto, considerando as frequentes parcerias que eu observava entre profissionais da mídia e economistas. Ao analisar a literatura de Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia (ESCT), também me questionei: se os cientistas produzem conhecimento em público, por que não tratar os jornalistas como produtores de conhecimento? Se adotarmos o princípio da simetria dos ESTCT — David Bloor, Barry Barnes e o Programa Strong em Sociologia do Conhecimento, Michael Callon e a sociologia da tradução — segundo o qual a produção de conhecimento não é domínio exclusivo de cientistas renomados, as questões sobre o conhecimento se tornam muito mais interessantes. É claro que os laboratórios são locais privilegiados para a produção de conhecimento científico, mas a produção de conhecimento não se limita às suas portas. O que aconteceria se deixássemos de lado o duplo preconceito de que o jornalismo se resume a um heroísmo de “dizer a verdade ao poder” ou ao seu oposto, a venalidade corrupta? Não deveriam os jornalistas trabalhar para dar sentido à economia e à sociedade e questioná-las?

Tudo começou com essa possibilidade, essa dedução simétrica. Concebi o projeto como um estudo dessa ideia, buscando exemplos em que pudéssemos estudar jornalistas desbravando novos caminhos, sistematizando, adotando e adaptando as ciências sociais. E, durante todo o processo, utilizei as expressões idiomáticas dos Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia (ESCT) para dar sentido a tudo isso.

As outras características desse projeto que você conhece bem — a comparação entre os debates públicos em diferentes países — EUA, Reino Unido, França, Brasil e Argentina — e o papel dos gêneros jornalísticos nesses debates, foram em parte reflexo do sistema de financiamento. Eu sabia que havia uma certa preferência no Conselho Europeu de Pesquisa por abordagens comparativas, então pensei em quais países eu poderia trabalhar que também me permitissem analisar as questões que eu queria examinar. Questões como o status da economia como profissão. Eu queria alguma variabilidade na composição da esfera midiática. A gente tem uma noção do tamanho do campo de atuação. Com que tipo de areia se pode brincar? Quais são as ferramentas necessárias? O desafio é chegar a algo coerente, e foi isso que tentei fazer.

Mas a essência sempre foi essa intuição de que poderíamos analisar o jornalismo através de uma lente CTS (Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia), não

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

como uma canalização da ciência econômica e independentemente de o público a aceitar ou não, mas sim como uma tese sólida: estudar a própria jornalista como alguém que faz algo não tão diferente de possuir conhecimento socioeconômico qualificado.

Tomás Undurraga: *Bem, o projeto original incluía a Polônia em vez da Argentina, por exemplo, devido ao forte papel dos movimentos sociais no debate econômico público. Considerando a história singular de cada um desses países, o que você acha que foi mais interessante compreender sobre as diferenças entre eles e o que eles têm em comum?*

Talvez você também possa responder a esta pergunta, pois não tenho uma visão particularmente privilegiada sobre o assunto. Observamos as mesmas coisas, trabalhamos com o mesmo material. Acredito que chegamos à conclusão de que o status da profissão de economista entre os países não era muito relevante. Quando nos aproximamos dos jornalistas e do que eles faziam, as características do campo do jornalismo e da mídia se tornaram mais pertinentes ao problema, o que não é nenhuma surpresa.

Também observamos uma tendência ao universalismo ou à homogeneidade nas notícias financeiras e empresariais. Uma espécie de emulação transfronteiriça. É um campo muito internacionalizado. Parte daquela presunção nacional inicial teve que ser moldada por esse processo de imitação ou modelagem. A proeminência do *The Economist* era onipresente, embora mais acentuada em meados do século XX do que em anos mais recentes. Todos conheciam o *The Economist* e se posicionavam em relação a ele. Sempre o entendiam de maneira ligeiramente diferente, e também havia o *Financial Times* ou o *The Wall Street Journal* no cenário. Existiam alguns pontos de referência muito óbvios para muitos jornalistas.

Também me impressionou a sua contribuição para o projeto: a forma como os jornalistas constroem os mercados em constante diálogo com o mercado. Quando leio trabalhos sobre a sociologia da quantificação ou os estudos sociais das finanças, lembro-me de que os jornalistas também estão sempre presentes nessas histórias, fornecendo parte da infraestrutura de informação que sustenta os mercados e cria valor. É evidente que os jornalistas fazem parte dos jogos de números que, por sua vez, fazem a economia funcionar.

Tomás Undurraga: *Uma das descobertas mais fascinantes da minha pesquisa empírica no Brasil — e também na Argentina e no Chile — foi reconhecer os diferentes níveis de reputação e status científico atribuídos a economistas em comparação com jornalistas. Os jornalistas eram geralmente percebidos como ocupando uma posição menos privilegiada em relação aos economistas. No entanto, apesar desse*

desequilíbrio, ambos os grupos dependem um do outro (Undurraga, 2018). O que particularmente me impressionou foi o trabalho de delimitação que os economistas realizam para manter a exclusividade de sua jurisdição profissional. Os economistas frequentemente se afirmam como os únicos especialistas legítimos capazes de abordar questões econômicas. Esse trabalho de delimitação foi notavelmente eficaz em definir quem está — e quem não está — autorizado a participar do debate econômico público. Reforçou o domínio da expertise técnica, ao mesmo tempo que excluiu, em grande parte, vozes mais críticas ou alternativas desse espaço.

Essa é uma análise poderosa de algumas esferas econômicas públicas da América Latina, mas devemos ter cautela ao generalizar. Não é tão relevante nos EUA ou na Grã-Bretanha. Uma maneira rápida de entender essas diferenças seria observar uma menor dependência do capital cultural em favor do capital social. O capital social entre jornalistas do Reino Unido e dos EUA é tal que não há uma deferência óbvia para com o professor especialista. Não acredito que os jornalistas se sintam intimidados ou sejam deferentes com as fontes simplesmente por serem professores de Harvard ou algo semelhante. Eles também não são antagonistas ou confrontadores. Alguns desses jornalistas são elites por direito próprio, com diplomas de universidades da Ivy League, se não em economia, pelo menos em ciências humanas. Portanto, acho que eles não se impressionam facilmente e são muito autoconfiantes. Vimos isso claramente nos depoimentos que coletamos em uma coletânea recente, *“Economics as News”* (Mata, 2023). As declarações dos jornalistas foram muito semelhantes, dizendo: “Sou um impostor, mas não me importo”, e até pareciam orgulhosos disso. Eles precisam interpretar o que os economistas dizem e contar uma história, que é o que um economista faria, porque é isso que o jornal ou o veículo de notícias espera que façam. Precisam interpretar eventos, ler os mercados e explicar opções políticas, sem um diploma em economia. Aprendem a fazer isso e ficam felizes em fazê-lo. Portanto, não se deixam abalar por essa cautela ou tabu de não se passar por especialista.

Tomás Undurraga: *Vamos falar sobre essa ideia de estudar a redação como um espaço de conhecimento. Inspirando-nos nos estudos de laboratório de Latour (Latour & Woolgar, 1979), que argumenta que os fatos científicos não são simplesmente descobertos, mas também construídos socialmente por meio de práticas, negociações e materialidades, no projeto Econpublic estudamos as redações a partir dessa perspectiva.*

A recepção desse lado da pesquisa tem sido muito especial. Sempre que apresentei este trabalho, houve simpatia pela ênfase dada às práticas. Em parte, isso se deve ao fato de eu tê-lo apresentado para públicos onde o jornalismo não

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

costuma ser um tema ou objeto de investigação, já que nunca o havia apresentado em uma conferência de estudos da comunicação. Bem, na verdade, apresentei parte do trabalho na Escola de Jornalismo da Universidade Columbia e tive a honra de contar com uma plateia muito ilustre — incluindo Herbert J. Gans, que faleceu no mês passado. Para aqueles que acreditam no valor do trabalho etnográfico em redações, acho que nossa abordagem parece muito plausível.

Acho que um dos problemas é que realmente não temos muito a dizer aos jornalistas que enfrentam, em tempo real, um ataque à sua profissão. De certa forma, não temos nada a lhes dizer. Não temos uma solução para o modelo de negócios do jornalismo ou para a crescente precariedade na profissão. Nosso trabalho aborda algo quase alheio ao jornalismo nesse sentido visceral. Trata-se mais de cultura pública, em uma definição muito específica. Não se trata do problema da casa em chamas que os jornalistas enfrentam agora. Portanto, acho que nossa contribuição não teve a urgência necessária para se destacar em comparação com alguns dos outros temas em discussão. Certamente temos algo a dizer sobre o valor social do jornalismo. Mostramos como os jornalistas participam de canais cruciais de informação e conhecimento, ajudando uma economia e uma sociedade modernas a funcionar. É difícil imaginar um sem o outro, mesmo enquanto caminhamos nessa direção. E acho que o projeto ainda não foi compreendido dessa forma; nunca o explicitamos.

Tomás Undurraga: *Em minha própria experiência apresentando os resultados de trabalho de campo etnográfico realizado nas redações do Valor Econômico, em São Paulo, e da Globo, no Rio de Janeiro (Undurraga, 2017a, 2017b, 2018), frequentemente me deparei com surpresa — particularmente em conferências de sociologia no Brasil — sobre como consegui acesso a esses espaços. Do ponto de vista da sociologia acadêmica brasileira, tende a haver um nível significativo de desconfiança entre as principais instituições de mídia e os pesquisadores. Muitos cientistas sociais são recebidos com suspeita ao se aproximarem de redações de notícias financeiras ou de grandes conglomerados de mídia como a Globo, muitas vezes devido a noções preconcebidas sobre a perspectiva crítica ou ideológica que se presume que eles tragam. O que acredito ter facilitado meu acesso — e até mesmo criado uma disposição receptiva entre os jornalistas — foi a questão sobre a produção de conhecimento no jornalismo — e provavelmente o fato de virmos de Cambridge. Em vez de focar na ideologia ou na relação da mídia com o capital, questionei o jornalismo como uma forma de produção de conhecimento. Essa abordagem era nova para eles. Não se tratava de examinar suas crenças ou afiliações institucionais, mas de entender como eles, enquanto jornalistas, produzem e transmitem conhecimento sobre a economia. No Valor Econômico, eles tinham muito orgulho de sua própria história, então talvez tenham pensado que essa era uma forma de mostrá-la e compartilhá-la.*

Curiosamente, isso nunca funcionou para mim... nunca me abriu portas! No contexto americano, todo o trabalho que consegui realizar foi por meio de entrevistas e pesquisa em arquivos. E o motivo sempre foi claro, como me disseram certa vez: “Quero um acadêmico bisbilhotando o que fazemos? Passo.” É uma variação do que discutimos antes: nenhuma demonstração de respeito. Eles acham que isso não lhes traz nenhum benefício. Dá mais trabalho do que compensa, prevendo uma possível perda de reputação no futuro.

Um último ponto sobre o projeto Econ Public que se relaciona com a sua experiência. Não tínhamos a intenção de contribuir para os estudos de comunicação ou jornalismo, mas sim de aprender com o trabalho dos jornalistas. Não estávamos necessariamente buscando lições para ensinar a eles. O projeto, de fato, lançou luz sobre as melhores práticas. Na prática, buscamos casos que confirmassem nossa intuição. E acho que há também uma lição, talvez, de ousadia: o jornalismo interessante acontece quando os jornalistas experimentam novas ideias, novas formas de representar a economia e não se intimidam com a autoridade da expertise estabelecida. A natureza efêmera do jornalismo incentiva a liberdade de experimentar.

Outro tema que tenho explorado recentemente é a nova sociologia econômica, a teoria pós-rede de atores. Refiro-me ao trabalho de Michel Callon e seus colaboradores, iniciado na década de 1990, que agora integra o amplo conjunto de estudos sociais das finanças, contabilidade crítica e estudos de valoração. Só recentemente me dei conta de como nosso trabalho era semelhante ao deles. Isso se reflete no papel da indexação, do cálculo e da comensurabilidade em suas diversas vertentes. Como lidamos com o jornalismo econômico e financeiro, onde as práticas são replicadas entre o mundo empresarial, a academia e o jornalismo, nossas descobertas se conectam mais com a sociologia econômica do que com os estudos da comunicação.

Tomás Undurraga: *Concordo plenamente. Em minha própria pesquisa, fui inspirado pela nova sociologia econômica (McFall e Ossandon, 2014), especialmente pelos estudos de valoração. Senti-me motivado a compreender essas disputas sobre como produzir valor e como a promessa do Valor Econômico — de produzir valor econômico por meio de notícias — se concretizou. O trabalho de David Stark (2009) sobre o valor da dissonância e como as organizações produzem valor quando conseguem manter repertórios heterárquicos de estruturas de valoração foi uma grande contribuição para nossa pesquisa.*

Sim, você entendeu isso antes de mim. E essa é uma das principais conclusões dessa pesquisa. A noção de que esse conhecimento social, esse conhecimento econômico, não acontece de forma hierárquica. O conhecimento não vem da academia

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

para depois ser aplicado e traduzido em jornalismo. Mas acontece por meio de um exercício distribuído de reconfiguração. Usamos o termo bricolagem, de Engelen e seus colegas, em nossa discussão sobre esse ponto. Esse exercício de construir algo que seja, de certa forma, novo, feito de pedaços de várias coisas, encontrei bastante disso em documentos editoriais onde editores e diretores perguntavam como reinventar nossa revista ou nossa cobertura econômica. Quais são os elementos que devemos implementar? Quem deve fazer essa reportagem? Devemos contratar estatísticos? Devemos contratar economistas? Em quais funções? Pedimos a um estatístico para reunir tudo ou a um redator de narrativa? Como sintetizamos uma semana de indústria e comércio, por meio de números, por meio de histórias ou por uma combinação de ambos? Todas essas discussões editoriais giram em torno de modelos, mas são modelos impuros que estão constantemente sendo reinterpretados e reinventados. Nessas discussões, você vê sem rodeios o que está em jogo. Você fica sabendo de todos os tipos de pressões e exigências que uma publicação sofre para ter sucesso. Tudo isso é exposto. Pelo menos, foi isso que encontrei, por muita sorte, nos arquivos de algumas revistas americanas.

Tomás Undurraga: *Você também estudou o papel da mídia impressa na formação da cultura de gestão — particularmente como o conhecimento econômico e as estatísticas são comunicados por meio de revistas de negócios nos Estados Unidos. Você deu atenção especial à Fortune e à Businessweek como veículos privilegiados (Mata, 2011). Por que você escolheu essas revistas em particular? Poderia nos contar mais sobre essa pesquisa?*

Parte desse trabalho contribuiu para o projeto ECONPUBLIC (Mata, 2018), que tratava da representação da economia. O que importa? Como contabilizamos? Para quem estamos contabilizando? Um fato conhecido, mas pouco reconhecido, é que revistas e publicações impressas foram pioneiras na representação numérica da economia. Celebramos e admiramos os institutos de estatística, mas antes deles, publicações de grande circulação já indexavam comércio, preços e atividade industrial. Quando isso aconteceu, no final do século XIX e início do século XX, essas revistas eram diferentes do que são hoje: estavam intimamente ligadas à indústria e às profissões. Assim, participavam dos processos de profissionalização da gestão e da engenharia. Eram ferramentas para o aspirante a profissional; somente muito mais tarde se tornaram mais como entretenimento informativo. Hoje, encontramos essas publicações à venda em aeroportos ou estações de trem; naquela época, eram publicações por assinatura entregues nos escritórios da mídia e alta gerência. Assim, eles se encaixavam em uma ecologia particular de profissionalismo e especialização, e foram pioneiros naquilo que hoje consideramos como funções normais do Estado estatístico.

Tomás Undurraga: *Ótimo. Se revistas de negócios como Fortune e Businessweek foram cruciais no século XX — não apenas para moldar as representações econômicas, mas também para legitimar o capitalismo corporativo, particularmente nos Estados Unidos — que tipos de mídia você acha que desempenham esse papel hoje? Ou, em outras palavras: onde estão sendo produzidas e disseminadas atualmente as ideias e ideologias que renovam e justificam o capitalismo?*

Bem, a *Wired* tem sido uma parceira crucial para o surgimento da cibercultura e das mitologias do Vale do Silício. Portanto, é uma publicação interessante, que talvez não tenha sido influente em termos de número de leitores, mas certamente um ator importante na afirmação da ideologia californiana. Eu estava pensando nisso hoje mesmo. Estava orientando um aluno que quer trabalhar com *Fintech* e, pela primeira vez, estava pesquisando revistas sobre *Fintech*. Mas não devemos pensar apenas nesses formatos. Também tenho um aluno trabalhando com comunidades organizadas por meio de blockchain. Acho que a cultura impressa e seus equivalentes digitais continuam vitais hoje. A chave não é buscar tamanho e reconhecimento. Quando a *Business Week* e a *Fortune* estavam na vanguarda, suas tiragens eram pequenas, você não as encontraria em bancas de jornal. Elas nunca foram dominantes e hipervisíveis. Continua sendo crucial pensar por escrito e ter conteúdo extenso, então eu diria que qualquer nova dimensão interessante da nossa economia ou política terá um período de formato longo viável, impresso ou digital, aberto, pago ou em blockchain.

Tomás Undurraga: *Dado o estado atual das coisas, pode-se argumentar que a esfera pública está em turbulência. Estamos testemunhando uma crescente fragmentação, uma polarização cada vez maior, uma crise de credibilidade para as instituições jornalísticas tradicionais e a ampla circulação de desinformação. Nesse contexto, como você vislumbra o futuro do debate público sobre economia?*

Acho que estou otimista, é um sentimento novo para mim, não costumo ser otimista facilmente. Por que me sinto assim? Acho que estou presenciando um desmoronamento. Acredito que o perigo era a hegemonia das plataformas e agora elas estão do lado perdedor da história. Vemos pessoas abandonando o *X* em busca de alternativas como *Bluesky* ou *Mastodon*, e isso é significativo. Quando começamos a perceber essa sensação de exaustão e esgotamento (*burn out*) que as redes sociais estão produzindo, chega um momento em que o terreno se torna fértil novamente para que as pessoas façam críticas. Estou familiarizado com o movimento de pais para manter os filhos longe dos celulares o máximo possível. Os pais ainda não perceberam que eles são o problema, que também estão viciados em celulares. Um pequeno passo, mas são coisas que não existiam há cinco anos. Para mim, isso

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

sugere que ainda não vimos o futuro. Este não é o futuro. O futuro é outra coisa. Que haja esperança de nos libertarmos do poder asfixiante das redes sociais, que têm sido, em grande medida, a nêmesis de muita cultura impressa e debate público.

Tomás Undurraga: *Concordo que há alguns vislumbres de esperança nessas reações — tanto no âmbito governamental quanto entre os pais. No entanto, acho muito difícil imaginar a esfera pública funcionando como um espaço amplo e coletivo para o debate de ideias — especialmente em um contexto marcado por polarização, desinformação e fragmentação do discurso. A ideia coesa e unificada da esfera pública — à la Habermas — parece cada vez mais insustentável. Hoje, a esfera pública tem poucos limites claros e, de muitas maneiras, vemos múltiplas esferas públicas coexistindo em paralelo. Isso, a meu ver, representa um sério desafio para qualquer forma significativa de debate público.*

Bem, a esfera pública habermasiana sempre foi um ideal normativo e regulador, certo? Mesmo a narrativa dele é que ela durou apenas um instante, sendo imediatamente subvertida e traída. Portanto, ela não morreu nos últimos 20 anos. Sempre foi um horizonte fugaz que almejamos. E concordo que não é uma má ideia. Seria ótimo, mas não necessariamente algo que devamos endossar como meta de médio ou curto prazo. Acho que nossos objetivos imediatos são proteger a conexão social e o empoderamento político. Meu trabalho atualmente exige que eu passe muito tempo verificando plágio e o uso de *ChatGPT* em avaliações. É uma verdadeira pandemia que aflige o ensino superior. E meus colegas se perguntam por que não estou mais deprimido. Mesmo assim, estou otimista. Acho que houve um momento de entusiasmo com a Inteligência Artificial, e ainda estamos nele, com a crença de que ela pode fazer coisas mágicas e, portanto, pode fazer tudo. Mas estamos caminhando para a constatação de que a situação é bastante grave e não vai melhorar. As pessoas perceberão o que estão perdendo ao depender disso. E essa é a nossa esperança. Nossa esperança é fazer com que as pessoas se lembrem da alegria da conexão humana entre professor e aluno e entre os cidadãos, de fazer o trabalho por si mesmas, de pensar por si mesmas. Que esse é o caminho para uma vida mais saudável, uma forma de viver que afirma a própria existência.

Tomás Undurraga: *Eu só quero acreditar que as pessoas realmente se disporão a realizar o trabalho árduo que tradicionalmente fazemos na academia.*

Parte disso é encontrar prazer em se desconectar. Voltar ao papel, por exemplo, reencontrar o prazer no papel, na lentidão e no trabalho artesanal, encontrar prazer em estar em comunidade e em conexão. É difícil. Talvez você tenha percebido que as pessoas são complexas... Nada disso é fácil. Mas é muito melhor do que as telas e as câmaras de eco em que elas nos aprisionam.

Tomás Undurraga: *Você também escreveu sobre metodologia das ciências sociais e os regimes de financiamento que moldam a pesquisa acadêmica. Diante da recente reação conservadora contra as universidades e o pensamento crítico — no Brasil, nos Estados Unidos e em outros lugares — surgem duas questões: O que as universidades devem fazer para proteger sua autonomia e independência? E onde os cientistas sociais que estudam a esfera pública devem concentrar sua atenção nestes tempos desafiadores?*

Sim, já escrevi sobre isso, e é um dos temas que leciono no University College London. Ministro um módulo chamado Economia Política da Ciência, onde analiso como a ciência é financiada, como é gerida e qual a sua importância. Para mim, a história mais assustadora não é a reação do governo — embora isso seja bastante assustador, principalmente em universidades americanas. Mas acho que a tendência que mais me preocupa é a contínua perda de poder do corpo docente para o controle administrativo. Embora muitas vezes sejam os acadêmicos que ocupam esses cargos administrativos, a forma como esse poder é usurpado do corpo docente enquanto órgão democrático foi exacerbada no atual regime de universidades que competem por alunos em um mercado global. À medida que o ensino superior passou a ser entendido como um produto a ser vendido e as universidades deixaram de ser vistas como instituições cívicas, essa transformação se intensificou. As universidades não estão mais vinculadas a um dever para com um espaço nacional ou a cidadania. Elas não são exatamente para quem oferece o maior lance, mas para quem pode pagar as mensalidades e os custos e tem as notas necessárias para ser admitido. O consumismo legitimou uma centralização de funções e uma lógica de desempenho que se alimenta dessas métricas de reputação que recebem atenção excessiva, rankings globais e coisas do gênero. Vejo isso tendo um enorme impacto no que ensinamos, em como ensinamos e assim por diante. Para mim, essa é a questão mais importante.

Mas, voltando ao momento Trump e a ataques semelhantes contra universidades por parte de nativistas e populistas em outros lugares... seus motivos são claros: eles veem as universidades envoltas em um cosmopolitismo global e como um refúgio seguro para seus antagonistas políticos. Para mim, as linhas divisórias são óbvias. Universidades como Harvard, Princeton e Yale, com seus vastos recursos financeiros, devem lutar porque podem. Universidades que não conseguem sobreviver apenas com seus recursos financeiros, mensalidades estudantis e contratos privados não têm muita alternativa; desobedecer aos financiadores federais teria um enorme impacto material na vida da instituição e de todos ao seu redor. A coerção estatal pode representar uma ameaça existencial para muitas dessas instituições, mas ainda restam algumas que têm o privilégio de demonstrar que todos esses valores aos quais nos apegamos realmente importam e de se

“Jornalismo interessante acontece quando jornalistas testam novas ideias, tentam novas formas de representar a economia e não se deixam intimidar pela autoridade da expertise estabelecida” Uma entrevista com Tiago Mata

manterem fiéis aos seus princípios. Alguém precisa fazer isso, pois muita coisa depende disso. A desobediência civil será o meio mais importante para resistir à era Trump. Se ninguém desobedecer, eles vencerão. Isso é um convite à ação política, em defesa da autonomia acadêmica e de uma vocação cívica que, como eu disse, está sendo comprometida também internamente. Mas acredito que há mérito em defendê-la, tanto de danos externos quanto internos. Caso contrário, qual o sentido de ser acadêmico? Se não tivermos esses mitos para aliviar nosso fardo? Precisamos dessa ficção, precisamos de esperança.

REFERÊNCIAS

BARNES, Barry; BLOOR, David; HENRY, John. *Scientific knowledge: a sociological analysis*. Chicago: University of Chicago Press, 1996.

BLOOR, David. *Knowledge and social imagery*. Chicago: University of Chicago Press, 1976.

CALLON, Michael. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. *The Sociological Review*, v. 32, n. 1 (suppl), p. 196–233, 1984. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1984.tb00113.x>.

ENGELN, Ewald et al. Reconceptualizing financial innovation: frame, conjuncture and bricolage. *Economy and Society*, v. 39, n. 1, p. 33–63, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1080/03085140903424568>.

GIERYN, Thomas F. Boundaries of science. In: JASANOFF, Sheila et al. (org.). *Handbook of science and technology studies*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995. p. 393–407.

LATOUR, Bruno; WOOLGAR, Steve. *Laboratory life: the construction of scientific facts*. Princeton: Princeton University Press, 1979.

MATA, Tiago. Trust in independence: the identities of economists in business magazines, 1945–1970. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, v. 47, n. 4, p. 359–379, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1002/jhbs.20516>.

MATA, Tiago. The managerial ideal and business magazines in the Great Depression. *Enterprise & Society*, v. 19, n. 3, p. 578–609, 2018.

MATA, Tiago (org.). *Economics as news. History of Political Economy*, v. 55, suppl. 1, 2023. Durham: Duke University Press. DOI: <https://doi.org/10.1215/00182702-10875031>.

MATA, Tiago. *Radical Expectations: How the New Left Changed Economics*. Cambridge: Cambridge University Press. 2026.

MCFALL, Liz; OSSANDÓN, José. What's new in the 'new, new economic sociology' and should organization studies care? In: ADLER, Paul S. et al. (org.). *Oxford handbook of sociology, social theory and organization studies: contemporary currents*. Oxford: Oxford University Press, 2014. p. 510–533.

STARK, David. *The sense of dissonance: accounts of worth in economic life*. Princeton: Princeton University Press, 2009.

UNDURRAGA, Tomás. Making news, making the economy: technological change and financial pressures in Brazil. *Journal of Cultural Sociology*, v. 11, n. 1, p. 77–96, 2017. DOI: 10.1177/1749975516631586.

UNDURRAGA, Tomás. Making news of value: exploiting dissonances in economic journalism. *Journal of Cultural Economy*, v. 10, n. 6, p. 510–523, 2017b. DOI: 10.1080/17530350.2017.1359794.

UNDURRAGA, Tomás. Knowledge-production in journalism: translation, mediation and authorship in Brazil. *The Sociological Review*, v. 66, n. 1, p. 58–74, 2018. DOI: 10.1177/0038026117704832.

UNIVERSITY DISPOSITIONAL TRAJECTORIES: A STUDY OF GRADUATE STUDENTS FROM UFRB AND UFGD

*Thais Joi MARTINS**

*Márcio Rogério SILVA***

*Julio Cesar DONADONE****

ABSTRACT: This article aims to identify capitals, capital reconversions and capital/habitus homologues as elements of reproduction of professional inequalities between generations, located in distinct regional contexts, namely, (UFRB) Universidade Federal do Recôncavo da Bahia and (UFGD) Universidade Federal de Grande Dourados. We sought to identify differences and homologues of capitals and levels of stratification/segmentation between the groups. It was possible to conclude that, while on the one hand the cultural and economic capitals of parents and grandparents are elements that enhance distinction, with regard to jobs, we saw ongoing transformations for social classes that broke the barrier of inequality of access.

KEYWORDS: Bourdieusian Sociology. Education. Labor Market. Stratification.

Introduction

Our central proposition is to understand the positions occupied by graduates from two peripheral universities in Brazil and whether they experienced the positive effects of public and economic policies in their fields of study and the job market. We also analyze the diploma effect in relation to the social origin and trajectory of these graduates. Furthermore, through the analysis of student trajectories, we seek to understand the extent to which social reproduction or social reconversion implications occurred in the academic and professional trajectories of the students

* Department of Education. Federal University of Viçosa (UFV). Orcid: 000-0002-1929-2440 Email: thaisjoi@gmail.com

** Center for Natural Sciences, UFSCar (Lagoa do Sino Campus). Orcid: 000-0002-8176-1551 E-mail: marciosilva@ufscar.br

*** Department of Political Science; Department of Production Engineering, UFSCar (São Carlos). Orcid: 0000-0002-2129-0129 E-mail: julio@dep.ufscar.br

analyzed, in order to gain a deeper understanding of how stratification and social inequality processes are dimensioned within these groups.

To this end, we sought to analyze the trajectories of graduates from the nine humanities courses at the Center for Humanities and Letters (CAHL-UFRB). These courses were regrouped into two categories according to their prestige: Cinema, Visual Arts, Museology, Social Communication, and Advertising and Public Relations were classified as ‘high prestige’; while Social Sciences, Social Work, Public Management, and History were classified as ‘low prestige’. Subsequently, we included graduates from the Production Engineering course at UFGD, in Mato Grosso do Sul, in the analysis.

In this sense, we will divide the article into several heuristic and epistemic topics in order to offer the reader a didactic and explanatory path through the various theoretical-analytical stages. Therefore, the first topic sought to understand how dispositional theory connects to our research object. Next, we proceeded with some methodological explanations about the research process and, finally, we detailed the stratification and segmentation process that was analyzed in both universities through the application of the MCA (Multiple Correspondence Analysis) technique.

Dispositional theory and the agents studied

This article seeks to reflect, through a dialogue of individual and collective behaviors, on dispositional practices and the shaping of *habitus*, linked to the social origin and educational trajectory of the agents studied. These practices, in turn, will direct them to occupy distinct positions within the labor market, through an unequal distribution of material and symbolic resources. These resources, in turn, materialize in the form of capital (cultural, economic, social, and symbolic) and hierarchize, stratify, and segment the social space analyzed, making the exercise of power disputes and logics efficient. (Bourdieu, 2008)

Our analysis seeks to observe the symbolic schemes that are subjectively internalized across generations and transformed into the daily practices of agents, insofar as these mental dispositions, which materialize through taste, influence choices regarding professional activity in various sectors after graduation. Thus, acting, interpreting, classifying, and evaluating the world stems from pre-reflexive movements that materialize in the formation of strata, empowering some agents and disempowering others. (Bourdieu, 2008)

Therefore, drawing on and inspired by Pierre Bourdieu, we will seek to convey the sociogenetic mechanisms that are historically and socially constructed in diverse ways, focusing primarily on the variations in Brazilian regional agentic abilities. In other words, beyond demonstrating regional agentic variability, we will

also seek to show the diversity of positions occupied within the same social space (university training courses) as a function of socio-structural constraints. In this sense, we may attempt to capture unconscious actions materialized and represented through the mechanism of the social reproduction of inequalities on a macro-social scale.

It is also worth mentioning that, in addition to the mechanisms of reproduction, we observe the dynamics of *hysteresis* and self-objectification movements, through the principle of social reconversion or upward mobility. In other words, we also observe, in a practical way, elements that show that the subjective universe of agents is not always in ontological complicity or logical conformity (Durkheim, 1996) when some groups move upwards in the field, deconstructing the old dispositions transmitted generationally by their parents (Bourdieu, 2008).

Therefore, it is worth mentioning in this sense the existence of a certain spontaneity and creativity that stems from social actions when:

Not only can *habitus* It can be transformed practically (always within defined boundaries) by the effect of a social trajectory leading to living conditions distinct from the initial ones, and can also be controlled through the awakening of consciousness and socio-analysis (Bourdieu, 1990, p. 116).

Beyond considering our present reflection on the aforementioned literature, it is important to mention that there are Brazilian theoretical currents and works in the field of education through which we can engage in analytical dialogue. Specifically, Nogueira (2021) analyzes the link between the possession of cultural wealth or cultural capital as drivers of academic success. Therefore, the author concludes that “established cultural practices are now less profitable and less transmissible than in the past;” and “parent’s economic investments have increasingly proven to be a driving force behind their children’s academic success” (Nogueira, 2021, p. 1). This idea, in turn, corroborates some of our findings in the analyses of humanities courses at the center studied.

Almeida, Perosa, Lamana, and Maia (2024) analyze the changes that occurred in the student body at USP after the implementation of quotas, also using the multiple correspondence analysis technique. They conclude that this university has become more Black, but also more feminine. In other words, even considering its significant differences in terms of prestige, there is a profile that is similar to the profile of the post-Reuni universities studied in this article.

Regarding methodology, other works such as those by Klüger (2018) confirm the importance of using the multiple correspondence analysis technique in this article; the author traces the historical movement of the use of the multiple correspondence analysis technique, outlining its precursors, such as the school of

Pierre Bourdieu in France and the research heirs of the same author who work with the technique in Brazil. She analyzes the *savoir-faire* of the methodological technique and highlights its importance in trajectory studies that analyze the concept of “field” or social space.

With regard to the sociology of education, Klüger (2018) cites two important articles, such as Graziela Seroni Perosa and Cristiane Kerches da Silva Leite (2015) entitled “The space of educational inequalities in the municipality of São Paulo” and “Outline of a sociology of the academic field: higher education in Brazil” (2008) by the author Ana Paula Hey, which are also methodological inspirations for the present article.

Methodological procedures

As a central theoretical and methodological approach, the distinction made by Bourdieu (2008) was adopted, who conducts a prosopography supported by Multiple Correspondence Analysis (MCA) in order to analyze processes of social differentiation. According to Stone (2011), prosopography is the investigation of the common characteristics of a group of agents in history, through a collective study of their life trajectories. These data, in turn, can be tabulated and categorized, making it possible to apply the statistical technique of multiple correspondence analysis (MCA). MCA is a multivariate technique for categorical data aimed at highlighting relationships between individuals and between them and the characteristics studied, when dealing with non-trivial or barely perceptible associations, given a complex set of individuals and/or variables. After dimensionality reduction, homologous groups or those that have an association with each other are identified (Greenacre; Blasius, 2006).-

Therefore, MCA (Multiple Classification Analysis) normalizes variables by comparing them to each other in terms of their contribution to social distinction or stratification among individuals. The group of variables that contribute most to distinction/stratification constitutes dimension 1 (x-axis on the Cartesian plane), in which the variable that contributes most to distinguishing individuals assumes higher values on one of the axes of the Cartesian plane. In this sense, the origin (i.e., the center of the graph) is represented by the variables that least distinguish individuals. Similarly, another set of variables cooperate to construct dimension 2 (y-axis on the Cartesian plane) with a smaller contribution to distinction compared to dimension 1, this being the second set that most legitimizes distinction/stratification.

It is precisely through the division into dimensions, with the *eigenvalue*. (percentage of the total sample projected onto the axis) being fractioned, which makes it possible to hierarchize the categorical variables by dimension and by degree of distinction, demonstrating the Euclidean space of the two axes. Thus, it is possible

to reduce the dimensionality of the data and make the distinction/stratification of individuals more visual.

To carry out this research, we started by tabulating the data in Excel, separately for the two universities, and then performed the Multiple Correspondence Analysis (MCA) method using the *FactoMineR* package of the R statistical software (Husson et al. 2008). The choice to run the data separately was intended to demonstrate that, for different areas of knowledge and different Brazilian regions in which the universities are located, some capitals are related to each other and others are configured from particular realities of their respective areas and are related to their regional socioeconomic contexts.

Therefore, the data collected in this study at UFRB (Federal University of Recôncavo da Bahia) aims to evaluate the influence of social, cultural, and economic variables, including the origin of the parents and grandparents of students in Humanities courses, on the professional choices of these graduates. For UFRB, the database consisted of 386 individuals interviewed through a survey directed at students (who were in their final year of study at the time of data collection) in the Humanities Center in 2016, 2017, and 2018, in the following courses: Visual Arts, Social Sciences, Cinema, Social Communication, Public Management, History, Museology, Advertising and Public Relations, and Social Work. Data were collected both in the classroom and in the common areas of the Center, as well as via a Google Docs form. After the data collection period, the students became graduates and were contacted and asked about their first job position.

The variables selected were: parents' social class, father's education level, mother's education level, grandfather's education level, grandmother's education level, father's income, mother's income, father's job, mother's job, sports, number of books usually read, leisure activities, political affiliation, musical preference, race, gender, and current professional sector after graduation.

To make adjustments to the models, the professions (variable "Current Profession") were grouped by the researchers into three categories within each course, with category 01 containing the professions considered to be of "highest success", category 02 of "intermediate" success, and category 03 of "lowest" professional success (unemployment). Following the stratification studies, we will name each of the aforementioned categories as strata.

The most successful stratum was initially identified based on the subjective perceptions of what it meant to be "successful" among the interviewees. In other words, through qualitative interviews, we compiled a list of successful positions indicated by the interviewees. Subsequently, we classified within this stratum sectors with greater financial stability in the job market or properties that relate to the socioeconomic status of success of the interviewees. In a second phase, we consulted professors from the respective courses to determine which stratum we would place the sectors in which the respondents said they were positioned.

The intermediate stratum generally expresses the occupations with the lowest prestige, subjectively listed by university students and also by some professors. It is important to mention that the occupations mentioned in this second stratum are unstable, low-paying, commonly referred to as “odd jobs”. The third stratum is associated with the exodus of graduates from their professional field. In this sense, after graduating, this individual will find themselves unemployed.

It is important to note that we made different methodological choices in the analyses of the two universities. At UFRB, we prioritized qualitative/subjective analysis when choosing the three distinct strata, based on the subjective contributions of qualitative interviews with professors and on the assertions, appreciations, and worldviews of students/graduates (Bourdieu, 2008). In this sense, the research is based on the cognitive and subjective assertions of the agents, in order to subsequently make the necessary divisions and classifications for the analysis. In the case of UFGD, we started from a different classification system. The statistical software R was used so that it could, through ellipses, calculate, classify, and divide the groups based on mathematical criteria.

Our goal in starting from different classification principles was to demonstrate that it is possible to use a statistical analysis of ACM based on distinct classification principles. Sometimes based on subjective principles, sometimes on strictly mathematical principles. It is important to emphasize that although different methodological strategies were used to collect or group the data, that is, although the methodological path was constructed from different rational assumptions, the result obtained was the same.

In the case of UFGD, data was collected from a single course, Production Engineering, with 42 graduate respondents. In this sense, 38 categorical variables and their respective subcategories (active categorical variables) were collected. Among these, the following stand out for the analysis in this article: gender, income, type of school attended, parents' education and professions, extension activities, research participation, exchange programs, whether or not they were a trainee, sectors of activity, company size, and university admission through the quota system. Simultaneously, cluster analysis was run using the R software. Unlike the classification method we applied to UFRB, the variables of the students' past social trajectory and the construction of their academic and symbolic capital were analyzed and correlated with the future income of graduates¹, from the moment the algorithm performs an automatic cluster categorization. The salary ranges analyzed in the income categorical variable were: f0 (below 1000); f1 (between 1,001 and 2,000); f2 (between 2,001 and 4,000); f3 (4,001 to 6,000) and f4 (above 6,000). Ellipses

¹ This differentiation occurred because there is a distinction in terms of employability and income with respect to engineering courses compared to humanities courses. These particularities and occupational differentiations (for humanities courses) could not be categorized in terms of income, but were categorized through other forms of economic capital.

were also used to visualize some highlighted capitals that are common to both samples, namely, the capitals of the parents were important categories of distinctive/stratification markers.

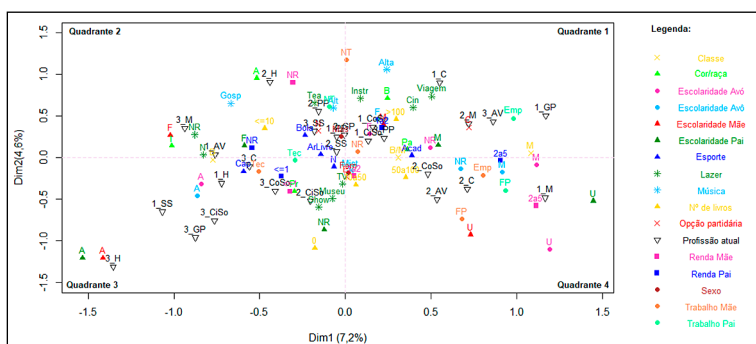
It is worth mentioning that the objective of the article was not to make a comparison between the two universities, but rather to expose the specificities of their respective areas of study and regional backgrounds, demonstrating the relationship between the cultural, economic, and symbolic profile data of these students/graduates and the positions they occupy in the job market in different regions of the country.

Multiple correspondence analysis in humanities courses at UFRB

Figure 1 presents the intersection between the two dimensions analyzed, considering active and supplementary variables. This figure shows the association between the categories of each variable present in the analysis, with the closer the classes, the greater the presence of association.

Categories that are in the center tend not to be associated with any other and relate to variables or individuals that do not have much distinction. For a more detailed view, we refer to the quadrant evaluations in figures 2 to 5. In general, we observe that, in quadrants 01 and 04, the positive side of Dimension 1, there is a greater concentration of categories of better socioeconomic and cultural conditions and categories of more successful professions, although some more modest categories are also found in these quadrants:

Figure 1: UFRB Multiple Correspondence Analysis²



Source: Prepared by the authors using R software.

² Figure legend: Class, Color/Race, Grandmother's Education, Grandfather's Education, Mother's Education, Father's Education, Sport, Leisure, Music, Number of Books, Political Party Preference, Current Occupation, Mother's Income, Father's Income, Sex, Mother's Work, Father's Work. This legend applies to Figures 1 through 5.

In quadrant 1, the area where we find the most successful professional strata associated with the most prestigious courses (Film, Social Communication), we observe that these are associated with sociocultural markers or cultural capital associated with the higher social classes. (“More than 100 books”; “Entrepreneur” for father’s work; “Middle” class for parents; “White” race/color for graduates; “Traveling on weekends”; music associated with the “Upper Class,” and who have a “Center” political affiliation). However, we observe that these markers are also linked to the most prestigious occupations in courses that we had classified as less prestigious (Social Sciences, Public Management). We also find the intermediate category of occupied positions in the museology course. At the same time, the quadrant includes the least successful occupational stratum (unemployment) for the most prestigious courses of Advertising and Public Relations and Visual Arts.

We observe, therefore, that even students with the greatest capital who completed courses in Advertising and Public Relations and Visual Arts (courses we consider prestigious in the center) are unable to occupy the positions they deem most successful in their fields of work, and consequently find themselves unemployed. In other words, we observe that the mechanism of social reproduction, with regard to cultural capital, does not apply to these careers.

Ethnographically, we observed in the classroom that the Advertising and Public Relations and Visual Arts courses have students with a profile that includes higher levels of cultural capital compared to courses we consider to have low prestige. Therefore, a possible market closure for these areas in Bahia could be cited as a reason for unemployment.

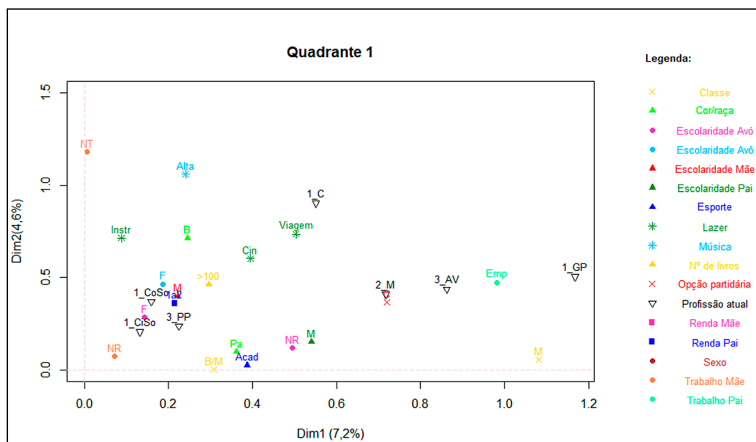
The museology course occupies an intermediate position, as many students either find themselves in subordinate jobs or seek positions in other areas. This may be linked to the lack of job opportunities in this profession, and we also see some students lacking cultural capital (a type of asset highly sought after by the profession) who are unable to adapt to the job positions and proposals required within the field.

In the case of Film and Social Communication courses, we can observe elements of social reproduction, insofar as graduates with the greatest symbolic capital are able to achieve the positions they aspire to and consider successful. It is worth noting that we usually find that these students possess greater cultural and social capital in the classroom. The Film course, unlike the Social Communication course, faces a significant market barrier in Brazil, yet in the Recôncavo region it has produced students who excel in the field and in the national film market, as some of their works have received awards. The Communication course has had significant results in job placement in Bahia, as evidenced by the ethnographic trajectory of most graduates.

In the case of the Social Sciences and Public Management courses, we observed the existence of social reproduction, insofar as students associated with higher classes

and higher capital are able to position themselves in jobs that they consider successful in their fields. Ethnographically, we observed that students with higher cultural capital are able to pass public service exams, and students in the Public Management course who possess social capital are able to occupy more prominent positions in the region.

Figure 2: UFRB Multiple Correspondence Analysis



Source: Prepared by the authors using R software.

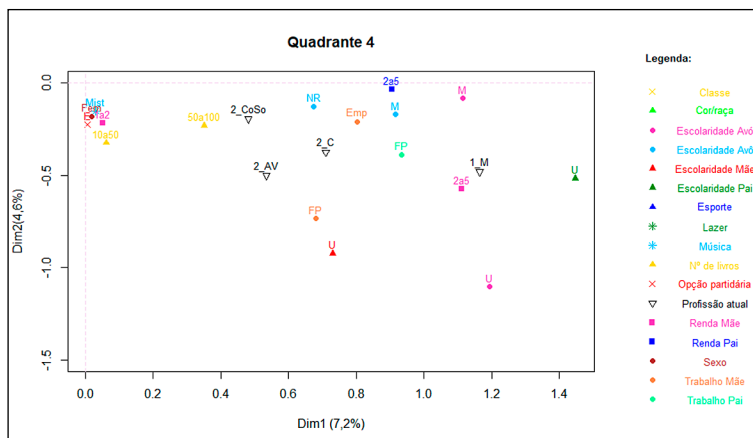
In quadrant 04 below, regarding education, we can highlight the presence of the category “Incomplete/Complete University Education” for the father, mother, and grandmother. There are also prestigious work categories for the parents in this quadrant: “Public Employee” for both father and mother, and “Businesswoman” for the mother, as well as the highest income category for the parents that remained in the analysis: “from 2,000 to 5,000 reais”. Among the professions, we find the most successful stratum for the Museology course. and the intermediate strata for Social Communication, Visual Arts and Cinema, not presenting any category of lower professional success. (Unemployment).

We observed that students in museology courses whose parents possess high levels of educational and professional (economic) capital are able to secure positions they consider successful in their fields. In other words, the deciding factor in choosing a museology course may be the professional and educational status of parents and grandparents (social reproduction), rather than the weight of cultural capital, which is associated with quadrant 1 and not quadrant 4. This fact is similar to Nogueira’s (2021) idea that parental economic investments have been a driving force in their children’s academic success.

With regard to highly prestigious courses such as Social Communication, Visual Arts, and Cinema, graduates in this quadrant occupy the intermediate stratum

(subordinate occupations), meaning that they are either in unstable and low-prestige positions or occupying positions in other areas. We therefore analyze that for these courses, cultural capital plays an important role in directing the occupation of positions designated by them as prominent, since the professional and educational status of parents and grandparents, by itself, is not enough to provide upward mobility to their career paths.

Figure 3: UFRB Multiple Correspondence Analysis



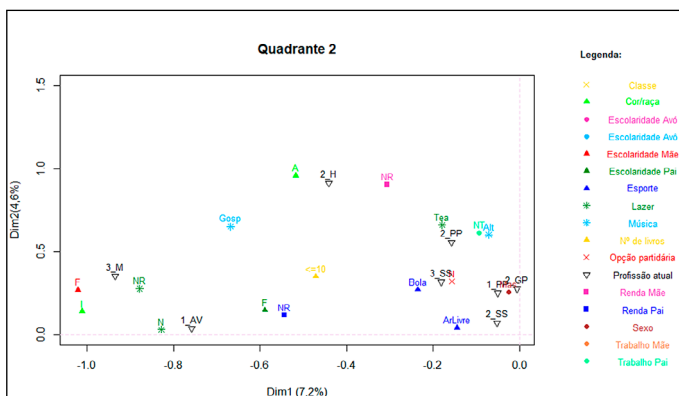
Source: Prepared by the authors using R software.

In quadrant 2 below, are located the parents of students who have lower levels of education, such as primary school, who read few books annually, whose parents are unemployed, and, regarding racial characteristics, we find the group of indigenous students who state they have no political affiliation. The professional strata associated with these students are the sectors with the lowest success (unemployment) rates for the Museology and Social Work courses.³

We then observed that a process of social reproduction occurs for graduates from families with low economic and educational capital, specifically in the case of Museology and Social Work courses, whose graduates are unemployed. Graduates who manage to obtain subordinate jobs (intermediate stratum) are those from History, Advertising and Public Relations, and Public Management courses.

³ This quadrant includes graduates from other courses and strata, however the statistical association is very weak.

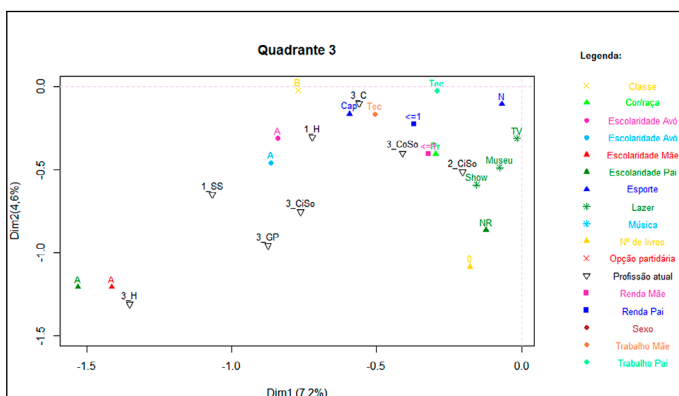
Figure 4: UFRB Multiple Correspondence Analysis



Source: Prepared by the authors using R software.

In quadrant 3 below, the concentration of less favored categories, or those related to low family capital (illiteracy of parents and grandparents, low income, technical occupations as parents' professions, low annual reading rate), is even more evident. This capital relates to graduates of History, Public Management, Social Sciences, Social Communication, and Cinema courses, who are allocated to the least successful stratum (unemployment). However, we also find the most successful occupations for History graduates and observe that these graduates are associated with low social origins, and their success is linked to public service exams and teaching positions in basic education systems, as well as to Social Work graduates (public service exams and private institutions). We also find in this quadrant the intermediate strata of Social Sciences graduates (subordinate jobs).

Figure 5: UFRB Multiple Correspondence Analysis

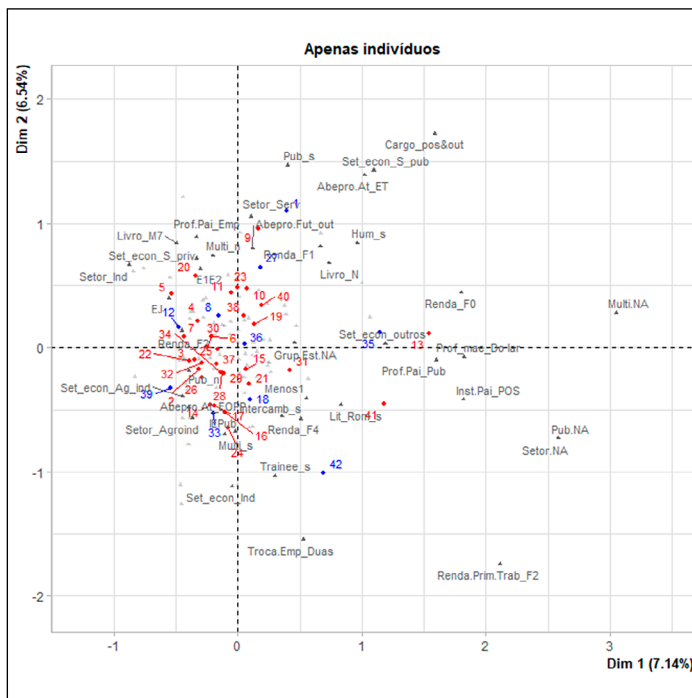


Source: Prepared by the authors using R software.

Multiple correspondence analysis in the production engineering course at UFGD.

Below, we present the multiple correspondence analysis of graduates from UFGD (Federal University of Grande Dourados), in which the 40 active categorical variables that contributed most to the analysis were selected:

Figure 6: UFGD Multiple Correspondence Analysis



Source: Prepared by the authors using R software.

The figure shows that individuals are identified by numbers to preserve their identities, with red representing men and blue representing women. We observe that individuals with higher cultural capital (high reading levels from an interdisciplinary perspective) and a higher rate of convertibility into economic capital (income bracket f4) are concentrated in the lower right quadrant; among them, the most distinct are individuals 41 and 42⁴, who, after completing trainee programs at an American food

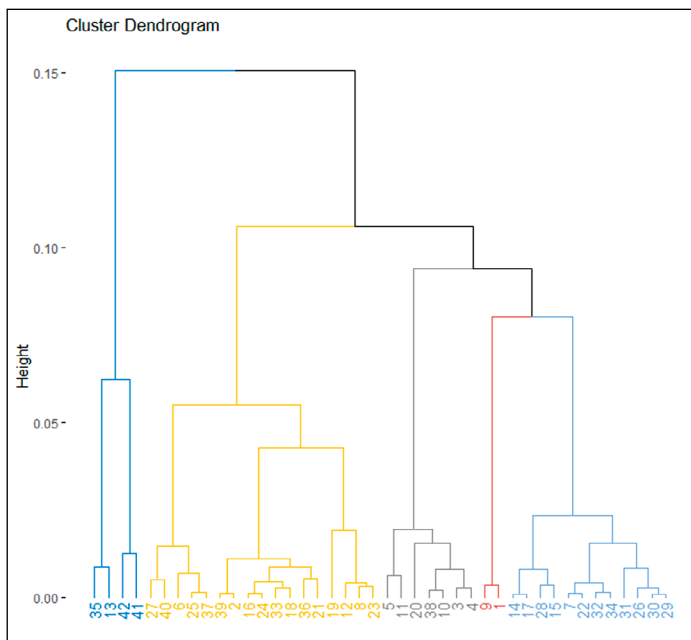
⁴ In the UFGD study, we showed the individuals in the figure, while in the UFRB study, we showed the categories that represented the individuals in the figure. We made this distinction for didactic purposes to show ACM scholars that the technique can be used either by indicating the individuals or by indicating the categories that represent the individuals. This distinction does not interfere with the results obtained.

company and a Swedish truck manufacturer, respectively, have changed jobs several times, always working for large companies in the greater São Paulo region, and currently work for companies in the financial sector. It is observed that they consistently receive more advantageous offers from a financial and career perspective, indicating that passing a national trainee program is an important symbolic capital with high convertibility into economic capital. Among the variables in the figure, the one that stood out most importantly for entering the Trainee process was the fact that they had participated in an exchange program called Science Without Borders.

In the lower left quadrant are located individuals who have an intermediate income (Income_f3), therefore, they are climbing to higher hierarchical positions within large local multinational companies, some of whom have gone through internal trainee programs and have a median volume of cultural capital in reading, between 1 and 3 books per year (Book_E1-3).

In the upper left quadrant, some individuals worked in the service sector of local companies or in family businesses, and finally, in the upper right quadrant we find graduates in transition, pursuing a master's degree or in the process of transitioning to another field. Following the previous figure, we performed a cluster analysis to analyze the groupings. We can observe it in the following figure:

Figure 7: Cluster Analysis of UFGD Students

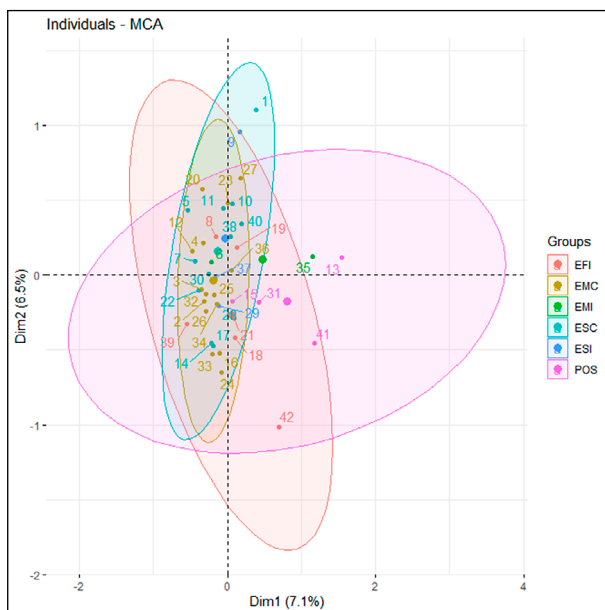


Source: Prepared by the authors using R software.

Observed that, from left to right, individuals 13, 35, 41, and 42 have similar capital levels, especially regarding their parents' capital. The distinguishing aspect between individuals is consolidated by the fact that 41 and 42 participated in exchange programs and trainee selection processes. It is important to emphasize that this survey was conducted in 2018, and currently, we can verify that individuals 13 and 35 worked in local companies but changed sectors, since the first pursued another course and created a company with parental support, and the second currently works in an IT company.

Case 42 is particularly noteworthy because her parents lacked the same level of cultural capital as her own career path. When asked who encouraged her to study outside her city and seek other opportunities, she stated that her aunt was the first to attend university in the small town where she lives, and that her aunt was a teacher at the school she attended. Therefore, she received encouragement to study at a federal university outside her city. Individual 41, on the other hand, responded that it was her father who encouraged her, teaching her about the transformative power of education since childhood. Her father is the principal of a public school that 41 attended as a child. One of the most influential factors in her distinction was the education level of her parents, as we can see in the two ellipses below:

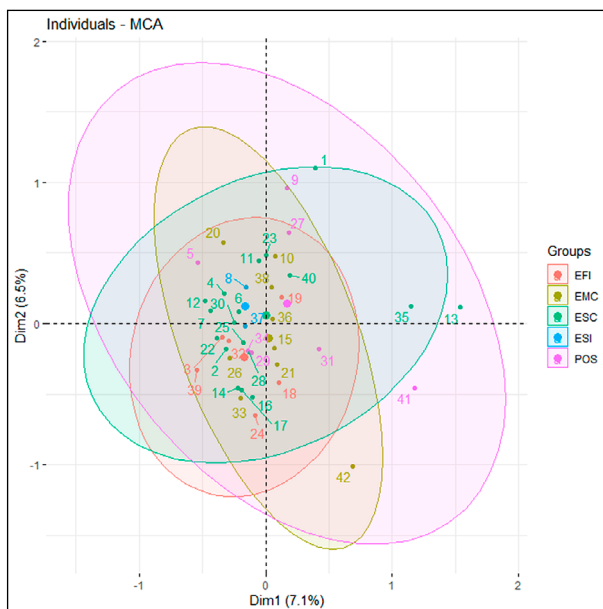
Figure 8: Father's education level⁵



Source: Prepared by the authors using R software.

⁵ Figure legend: EFI – Incomplete Elementary Education, EMC – Complete Secondary Education, EMI – Incomplete Secondary Education, ESC – Complete Higher Education, ESI – Incomplete Higher

Figure 9: Mother's education level⁶



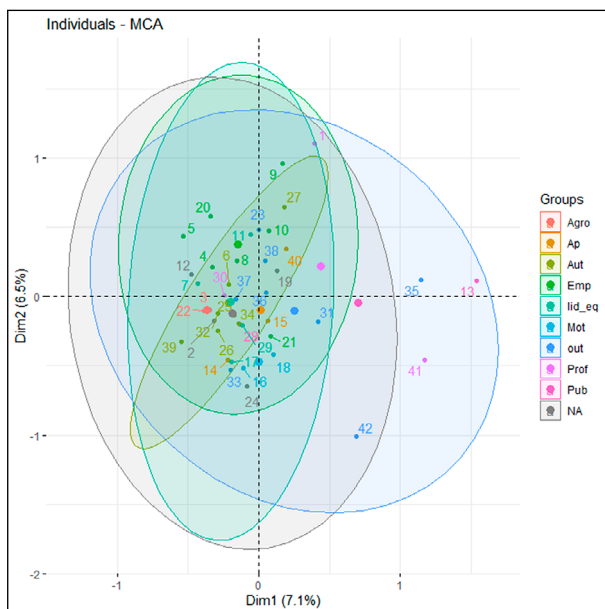
Source: Developed by the authors using R software.

It can be observed in the previous ellipses that the parents who completed postgraduate studies, completed higher education, and partially completed higher education correspond to the individuals who participated in external trainee programs and became entrepreneurs in family businesses, pursued postgraduate studies and became university professors, or passed public service exams. Another determining factor is related to the profession of the graduates' parents, as we can see below:

Education, POS – Postgraduate Studies.

⁶ Figure legend: EFI – Incomplete Elementary Education, EMC – Complete Secondary Education, EMI – Incomplete Secondary Education, ESC – Complete Higher Education, ESI – Incomplete Higher Education, POS – Postgraduate Studies.

Figure 10: Parents' profession⁷



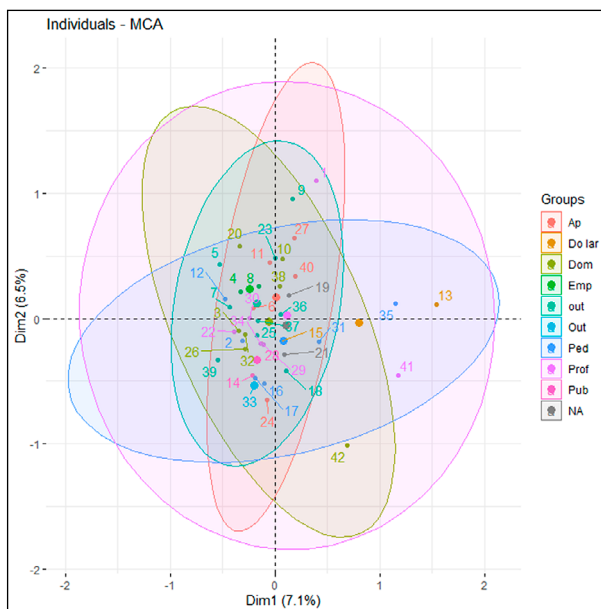
Source: Developed by the authors using R software.

As we can see in the ellipsis, the term “Emp” (entrepreneur) relates to most students who have become entrepreneurs. These students largely followed in their parents’ footsteps and businesses. The term “Aut,” self-employed, corresponds to more precarious and/or informal work activities, correlating more with graduates who have joined multinational companies in the region and are progressing internally, albeit more slowly than trainees and family business entrepreneurs.

Next, we can observe the ellipse related to the mothers’ professions:

⁷ Figure legend: Agro – agribusiness, Ap – retired, Aut – self-employed, Emp – entrepreneur, lid_eq – team leader, Mot – driver, Prof – (teacher, Pub – public servant, NA – did not answer.

Figure 11: Mothers' professions⁸



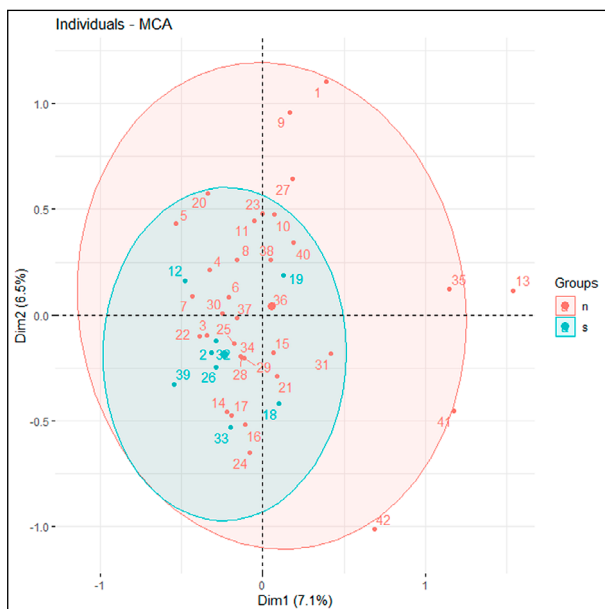
Source: Developed by the authors using R software.

As we can see in the preceding figures, the children of parents who were educators, teachers, civil servants, and entrepreneurs obtained the best jobs after graduation. To refine this analysis, quota students and non-quota students were stratified⁹ to ascertain their characteristics regarding academic performance. Below we can observe the ellipse of graduates who were quota students:

⁸ Figure legend: Ap – retired, Do lar – work at home, Dom, Emp – businessman, Ped – pedagogy, Prof – teacher, Pub – public employee, NA – did not answer.

⁹ We do not use the categories of quota and non-quota students at UFRB, as most students at the center accessed the university through some type of quota (at least 50% of the institution's students enter through quotas); the rest receive subsidies to remain in the aforementioned courses (65% of the institution's students came from basic education in the public school system in 2018). Therefore, we cannot visualize a strong distinction between them based on this category (quotas). (Data from the Higher Education Census, obtained from INEP).

Figure 12: Quota and non-quota graduates¹⁰



Source: Developed by the authors using R software.

According to Peixoto et al. (2016), the discussion about the challenge of the retention and success of quota students during and after graduation is multidimensional, more complex, and would require a more in-depth approach to the subject.

This in-depth analysis is explored in figure 12, where the categorical variable quotas was fixed to identify possible distinguishing elements among the graduates. A comparison of the Academic Performance Index (IDA) was made between quota students (2, 12, 18, 19, 26, 32, 32, 33 and 39) and non-quota trainees (14, 17, 28, 29, 41 and 42), with the exception of 26, who was a quota student and the only one among the quota students who had been a trainee.

In the quota group, the final average IDA score was 6.8, while the average for non-quota trainees was 6.4. Therefore, it is possible to observe that, on average, the academic performance of quota students was superior. It is also necessary to point out that two of the aforementioned quota students became mothers during university due to unplanned pregnancies, facing additional economic and family difficulties. Only 2 (28.6%) of the quota students participated in exchange programs, while 5 of the non-quota students became trainees (83.3%), with 3 of these being trainees in national selection processes and 2 being trainees in processes within the state. It is noted that although the academic performance of several quota students was

¹⁰ Figure legend: dimensions: s (yes), n (no).

higher or close to that of non-quota students, the cultural capital of their parents and the lack of economic capital to finance participation in selection processes in large cities ended up restricting entry and job opportunities to the region where they lived.

Final considerations

In the case of UFRB, we can observe that despite having hierarchized the courses of greater and lesser prestige, graduates with greater cultural capital and successful occupational positions associate in the social sphere. Therefore, the separation we had made between professions of successful and less successful socioeconomic status disappears. Students from group 1 and group 2 mix. Among the students who achieve greater professional success are white and mixed-race students with higher cultural capital.

There are two distinct blocks that segment disadvantaged groups. The first concerns a social origin linked to the parents' basic education, through which indigenous students and those without political affiliations are located. The second block is associated with the illiteracy of parents and grandparents, from which, generationally, students/graduates who identify as Black are located, and who, intriguingly, include graduates from both the most prestigious courses and those from low-prestige professional courses who are currently unemployed.

In this sense, the social origin of the parents is directly related to the characteristics of social reproduction and the status (in this case, lack of status) occupied by these students/graduates in the market. That is, regardless of whether one is in a course of socioeconomic prestige or low prestige, cultural capital directs graduates to occupy the best positions (Cinema, Social Communication, Public Management, Social Sciences) and the economic and educational capital of the parents would direct other individuals to the same destination, as is the case with students/graduates of the Museology course.

Low levels of education and low economic capital (low social origin) influence the employment of graduates, leading to unemployment (Museology, Social Work) and subordinate positions (History, Advertising and Public Relations, Public Management). It is worth noting that indigenous students are among the aforementioned individuals. We observe a situation of greater precariousness associated with illiterate parents who tend to direct their children towards unemployment, regardless of the socioeconomic status of their chosen courses (History, Public Management, Social Sciences, Communication, and Cinema). It is important to highlight that these students/graduates are those who self-identify as Black.

Worth mentioning that the category of greater or lesser professional success can be redefined by social agents according to the social space and region they

occupy. In the present study, we observed that occupations such as “primary school teachers” for history students/graduates constitute a successful position, since this is the central objective of graduates in a teaching degree program. In other situations, commissioned public or private (unstable) positions obtained through appointment may be seen by the agents themselves as good jobs, despite being seen by other social agents—holders of legitimate culture—as “odd jobs”. For a large part of the students/graduates, leaving the situation or position they were in before university—such as children of farmers, street vendors, plaster sellers, factory workers, mechanics, odd jobs, drivers, locksmiths, secretaries, etc.—and achieving a higher occupational status than those previously mentioned is, in most cases, a way to achieve success.

In the case of UFGD university, we can observe the same reproduction mechanism that occurs at UFRB. However, it is worth noting that students in STEM fields, such as engineering, have higher possibilities and chances of achieving a successful social retraining process, in order to occupy better-paid and more prestigious positions in the job market.

Some engineers excel by working as trainees, becoming professors, passing public service exams, or even becoming entrepreneurs. The latter are individuals whose parents have postgraduate degrees and incomplete higher education. It is observed that the children of parents who were educators, teachers, public servants, and entrepreneurs occupy more prestigious job positions.

On the other hand, we find former graduates who work with their families or in multinational companies in the region in more precarious positions and do not leave the cities where they lived. However, we observe non-homologous cases, where parents have low capital and whose children manage to go through the social reconversion process. It is observed that this occurs due to family encouragement or family capital that directs them towards studies.

It is also observed, with regard to quota students and non-quota students, that the former eventually have better academic performance than non-quota trainee student. However, the lack of economic and cultural family capital, in turn, places these quota students in more subordinate job positions.

REFERENCES:

ALMEIDA, F. Ana Maria. PEROSA, S. Graziela; LAMANA, Guilherme; MAIA, P. Rafael. *Metamorfoses de uma universidade: os estudantes da USP entre 2000 e 2020*. Tempo Social, v. 36, p. 45, 2024.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *The logic of practice*. Stanford, Stanford University Press, 1990.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). *Censo da Educação Superior 2018: notas estatísticas*.

DURKHEIM, Emile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo, Martins Fontes, 1996.

HEY, Ana Paula. *Esboço de uma Sociologia do Campo Acadêmico*. Edufscar, ed. 1, 2008.

HUSSON, François; JOSSE, Julie & Le, SEBASTIAN. FactoMineR: An R Package for Multivariate Analysis. *Journal of Statistical Software*, Tirol, v.25, n.1, p.1-18, 2008.

KLÜGER, Elisa. Análise de correspondências múltiplas: fundamentos, elaboração e interpretação. *BIB - Revista Brasileira De Informação Bibliográfica Em Ciências Sociais*, v. 86, p.68-97, 2018.

NOGUEIRA, Maria Alice. O capital cultural e a produção das desigualdades escolares contemporâneas. *Cadernos de pesquisa*, v. 51, p. 1-13, 2021.

STONE, Lawrence. Prosopografia. *Revista Sociologia & Política*, Curitiba, v.19, n.39, p. 115- 137, 2011.

GREENACRE, Michael; BLASIUS, Jorg. *Multiple correspondence analysis and related methods*. Boca-Raton, CRC, 2006.

PEIXOTO, Adriano de Lemos Alves; RIBEIRO, Elisa Maria Barbosa de Amorim; BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt; RAMALHO, Maria Cecília Koehne. Cotas e desempenho acadêmico na UFBA: um estudo a partir dos coeficientes de rendimento. *Revista da Avaliação da Educação Superior*, Campinas, v. 21, n.2, p. 569-592, 2016.

PEROSA, Graziela Serroni; LEBARON, Frederic; LEITE, Cristiane Kerches da. O espaço das desigualdades educativas no município de São Paulo. *Pro-Posições*, v. 26, n. 2 (77), p. 99-118, 2015.

GOVERNING THROUGH AFFECT: EMOTIONS AND SYMBOLIC POWER IN THE CORPORATE DISCOURSE OF EXAME MAGAZINE

*Lucas Flores VASQUES**

ABSTRACT: This article examines the emergence of emotions in the Brazilian corporate world, using as its empirical corpus 148 issues of Exame magazine (1990-2007). Grounded in Pierre Bourdieu's relational sociology and Norbert Elias's configurational sociology, the study analyzes how emotions, beyond subjectivity, are oriented as legitimate forms of distinction and symbolic consecration. Exame is approached as an instance of social consecration that, by prescribing desirable emotional styles such as empathy, self-control, and enthusiasm, institutes a "corporate emotional etiquette." To this end, we employ content analysis with the MAXQDA software, constructing a dictionary of terms and coding the compiled material. The research shows that emotional management becomes a moral grammar that structures hierarchies in the business field.

KEYWORDS: Symbolic capital. Symbolic domination. Emotions. Corporate management. Pierre Bourdieu. Norbert Elias. Exame Magazine. Emotional etiquette. Economic sociology. Corporate leadership.

Introduction

In recent decades, there has been a growing appreciation of subjectivity in the business world, a phenomenon that shifts the historically constructed boundaries between instrumental reason and affective expression in organizational practices (Vasques, 2022; Vasques, Jardim, 2021; Jardim, Vasques, 2019). Far from being perceived as irrational disturbances of utilitarian calculation, emotions are being

* PhD candidate in Social Sciences at São Paulo State University (UNESP). Master's degree in Social Sciences (UNESP). Research fellow of the São Paulo Research Foundation (FAPESP) since 2016 (TT1, IC, MS and DR). Researcher at NESPOM (Center for Studies and Research on Emotions, Society, Power, Organization and Market). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1124-8506>. Email: lucas.vasques@unesp.br.

reconverted into legitimate forms of symbolic valuation, acting as distinctive dispositions within the corporate universe. This article analyzes this transformation: the emergence of emotions as a structuring principle of hierarchies and social classifications in the Brazilian business world, with special attention to the symbolic forms of their dissemination and regulation by economic journalism, here represented by Exame Magazine.

It is assumed that emotionality, far from expressing an authentic subjective interiority, should be understood as a social and political construction, normatively oriented and performatively produced (Vasques, 2022). When integrated into managerial discourses, emotions assume a morphology of subjectivation, legitimizing schemes of domination and naturalizing criteria of consecration adjusted to historically incorporated dispositions of class, gender, and authority. In this sense, emotions are not only felt: they are socially taught, codified, oriented, and valued differentially, according to symbolic matrices that institute what can, should, or should not be felt, and by whom.

Inspired by Norbert Elias's (2011) theory of the civilizing process and Pierre Bourdieu's (1979, 1983, 2007a, 2013) relational sociology, this work seeks to analyze how the emotional discourses disseminated by Exame constitute authentic "moral grammars," guiding the formation of labels compatible with the normative imperatives of the management universe. Elias (2011) contributes by elucidating the civilizing function of etiquette in modes of affective regulation, while Bourdieu (1979, 1983, 2007a, 2013) provides the analytical tools to understand the logic of symbolic capital, classificatory disputes, and the performativity of habitus as operators of distinction. In addition, there are contributions from Mary Douglas (1986), especially her reflections on classificatory systems and symbolic purity, and from Luc Boltanski and Ève Chiapello (2009), regarding the mobilization of subjectivity in the "new spirit of capitalism."

Within this theoretical framework, Exame magazine is conceived as an instance of symbolic consecration, whose actions transcends the informational dimension, assuming pedagogical and disciplinary functions: it prescribes affective models of professional conduct and establishes, through the mediatization of sensibilities, a corporate emotional etiquette. Emotions, here, are not understood as private expressions of the psyche, but as socially regulated ways of feeling and acting, sanctioned by their adherence to the implicit norms of organizational rationality.

By proposing a sociology of emotions anchored in the theory of symbolic domination, this article investigates how Exame magazine participates in the construction of a corporate emotional *ethos*, in which affective competencies, such as empathy, enthusiasm, resilience, and self-control, operate as highly valued symbolic capital. At stake is not only the shaping of subjectivities adjusted to the new corporate morality, but also the very production of legitimate hierarchies within the

universe of management, founded on the ability to mobilize the emotions required by the game.

Methodologically, the research relies on content analysis as systematized by Laurence Bardin (2000). The empirical corpus comprises 148 printed editions of *Exame* magazine, published between 1990 and 2007, a period prior to the symbolic transformation caused by the 2008 global financial crisis (Grun, 2010; Jardim, 2013). The editions were digitized via OCR, and the minimum units of analysis consisted of cover stories and main interviews. Data processing, performed with the MAXQDA Analytics Pro 2024 software (v.24.2), integrated manual and automated coding (Kuckartz; Rädiker, 2019). Starting from an initial dictionary, the Smart Autocode feature was applied; after reading cycles, a final grid of categories was consolidated, highlighted below.

The empirical analysis thus allows us to grasp a moment of symbolic hegemony of neoliberal business rationality (Dardot, 2016), when emotion is redefined as a desirable managerial virtue. As observed by Grun (2010) and Jardim (2013), the 2008 crisis reshaped the contours of legitimacy, calling into question affective models that had been glorified until then. Analyzing this historical interstice therefore offers a privileged window into understanding the constitution of emotional dispositions adjusted to the moral and symbolic imperatives of Brazilian capitalism.

This excerpt allows for the analysis of a moment of transformation in business rationality (Dardot; Laval, 2016), in which emotion is transformed into a managerial model. As noted by Grun (2010) and Jardim (2013), the 2008 crisis reshaped the contours of legitimacy, challenging previously glorified affective models. Analyzing this historical movement therefore provides a privileged opportunity to objectify the constitution of emotional dispositions adjusted to the moral and symbolic imperatives of Brazilian capitalism. Consequently, the article is organized into three movements: first, the theoretical foundation is presented; then, the methodological approach and the matrix of categories are detailed; finally, the results are discussed, emphasizing the articulation between emotions, performativity, and symbolic classifications in the business space.

Category matrix and coding protocol

To make explicit the classification criteria adopted and to guarantee the replicability of the analytical process, Table 1 presents the category matrix used in coding the passages from *Exame* magazine. The construction of this matrix stems directly from the theoretical framework mobilized in the work: on the one hand, the political economy of capital, of classificatory struggles and of the linguistic market in Bourdieu (1998), which guides us to treat emotions as resources of symbolic

valuation and as socially situated speech acts; on the other hand, the configurational sociology of Elias (2011), which allows us to understand etiquette as a form of emotional regulation, historically incorporated and differentially distributed. To these keys is added the pragmatic framework of justification regimes, as proposed by Boltanski and Thévenot (1991), in which orders of magnitude function as grammars of legitimation. In operational terms, the matrix articulates two complementary levels: a level of “regimes” (the mercantile, industrial, inspired, domestic, opinion/renown, and project *cités*), which explain why and how excellence is justified in business discourse; and a level of markers of sensitivity and enunciative form (corporate emotional etiquette, war metaphor, charismatic leadership, empathy/managerial care, self-control/discipline, resilience/overcoming, linguistic market/performativity, and gender and career), which indicate how affects are prescribed, staged, and converted into value.

Table 1: Code Book

Category	Operational definition	Related dictionary terms
Cité of Opinion (media renown)	Justification through recognition/visibility: authoritative voices, experts, and ‘gurus’ whose authority serves as proof.	renown; opinion; media; reputation; authority; expert; consultant
Cité of the Market (profit/market)	Justification based on market and contractual results (profit, customers, competition).	profit; market; customers; results; dollars; competition; business; opportunity
Cité Industrial (efficiency/metrics)	Justification based on efficiency, technique, metrics, and process control.	efficiency; productivity; metrics; engineering; reengineering; quality
Cité Inspirée (charisma/creativity)	Justification based on inspiration, charisma, and genuine ability to mobilize.	charisma; inspiration; values; example; authenticity; happiness; legacy
Cité Domestique (hierarchy/Family)	Justification based on hierarchy, proximity, and family roles; legitimizes deference and authority.	family; respect; loyalty; tradition; home; care
Cité of Projects (network/flexibility)	Justification based on flexibility, network, mobility, enthusiasm, and the ability to ‘make things happen’.	projects; initiative; network; flexibility; enthusiasm; employability
Corporate Emotional Etiquette	The tacit code of ‘how to feel and display’ legitimate emotions at work (strategic empathy, measured enthusiasm, self-control).	etiquette; posture; decorum; emotion; empathy; enthusiasm; self-control
Warlike Metaphor in Management	Translation of military terminology (warfare, attack, discipline) for the corporate world.	war; battle; attack; army; discipline; vigilance

Category	Operational definition	Related dictionary terms
Charismatic Leadership	Authority founded on performative action that mobilizes and consecrates.	leadership; charisma; example; mobilization; audience; impact
Empathy/Managerial Care	Prescribing 'knowing how to listen' and care as a coordination and leadership skill.	empathy; listening; care; hearing; people; team
Self-Control/Emotional Discipline	Regulation and emotional restraint as a public sign of competence and legitimacy.	self-control; restraint; balance; discipline; vigilance
Resilience/Overcoming	Ability to withstand pressure and reconfigure oneself after crises, while maintaining alignment with goals.	resilience; pressure; crisis; overcoming; antifragile
Linguistic Market/Performativity	Speeches whose power derives from the speaker's position and audience recognition; speech acts that establish reality.	discourse; authority; performativity; recognition; doxa
Gender & Career (Barriers and Merit)	Differential coding of affections and trajectories by gender; meritocracy, sacrifices, double shift.	woman; motherhood; career; sacrifice; merit; advancement

Source: Research data.

This structure is consistent with the article's central hypothesis: *Exame* operates as an instance of symbolic consecration that, by prescribing desirable emotional styles, establishes a corporate emotional etiquette tailored to the imperatives of the business field. Therefore, each empirical excerpt received a primary category corresponding to the predominant justification regime, and up to two transversal markers when the passage explicitly contained affective or emotional codes. The choice of a primary link and auxiliary markers avoids undue overlapping of labels and, simultaneously, preserves the semantics of passages where reasons of efficiency (industrial), market (mercantile), and charismatic inspiration (inspired) coexist with specific affective grammars, such as empathy, enthusiasm, or self-control. This design allows for the analysis of the homology between the orders of magnitude that legitimize the emotional and managerial styles that the magazine naturalizes as credentials of belonging, in line with Bourdieu's (1989) notion of the conversion of social dispositions into symbolic capital.

From a substantive point of view, the matrix reveals three movements that run through the analyzed period and interact with the following sections of the article. First, the prevalence of industrial and mercantile justifications in defining what counts as effectiveness and success is observed, reinforcing the interpretation that emotional management becomes a moral grammar when subordinated to metrics

and results. Second, the use of the inspired *cité* as a bridge to affective legitimation is expanded, especially in beliefs about charismatic leadership, managerial empathy, strategic enthusiasm, and resilience; it is treated as a distinctive competence and as a sign of recognized authority in the linguistic market of the magazine. Third, symbolic markers that make up the corporate emotional etiquette are consolidated, organizing who can feel what, when, and how: the warlike metaphor disciplines expressive register in competitive contexts; empathy and “knowing how to listen” function as devices for governing people; self-control reappears as a credential of professional maturity. Taken together, these findings support the proposition that emotions, beyond being subjective products, are mobilized as capital and operate socially in this space.

Exame magazine as an instance of symbolic consecration: the mediatization of emotions and symbolic domination.

The trajectory of *Exame* magazine is part of the long process of constituting a journalistic-economic field oriented towards the symbolic formation of the Brazilian managerial elite (Donadone, 2000). Since its founding, the magazine has operated not only as a vehicle for information, but also as a normative instance, responsible for disseminating and consolidating a business habitus adjusted to the moral and cognitive demands of managerial capitalism. Created in 1971 under the direction of Roberto Civita, heir to Editora Abril and immersed in the American editorial tradition, *Exame* emerged as a local translation of international models of economic rationality, notably *Fortune* and *Harvard Business Review*, whose editorial formats and discursive content were adapted to the Brazilian business audience from 1974 onwards, with the stabilization of its periodicity and organizational structure.

Since then, *Exame* has assumed the role of cultural mediator for globalized management, operating as a privileged vector for the dissemination of thought styles, competency regimes, and affective languages originating from the hegemonic centers of Western capitalism. The performativity of this mediation manifests itself not only in the appropriation of layouts and terminologies from the American economic press, but, above all, in the legitimization of discourses by established authorities such as Peter Drucker, Tom Peters, and Marilyn Loden, whose interventions become part of a canon of reference in the magazine’s editorial space. By citing, endorsing, and nationalizing these voices, *Exame* establishes itself as an organ of symbolic consecration, becoming a pedagogical instance of corporate sensibility.

The structuring effect of the magazine is not limited to the transposition of exogenous models. *Exame* also mobilizes a repertoire of consultants, executives, and specialists, both national and international, who act as symbolic producers

(Bourdieu, 1996), that is, as legitimizing agents of affective, cognitive, and behavioral dispositions. Figures such as Robert Sutton, Betânia Tanure, Marcelo Mariaca, and Luiza Trajano are summoned as discursive authorities whose function is to normalize the emotions and leadership styles considered legitimate within the organizational universe. Instead of merely reporting practices, the magazine prescribes affects, behaviors, and forms of perception: it constructs, regulates, and consecrates subjectivities (Souza; Vasques, 2023).

This can be analyzed in the August 30, 2006 report, which highlights the generational shift among Brazilian executives. A study conducted by the consulting firms Integração Psicologia Aplicada and DBM reveals that company presidents between 32 and 45 years old are described as “obsessed with information and metrics,” rejecting intuition and emotional factors in decision-making. According to psychologist Simão Reis, “unlike the previous generation, executives in this age range place little value on intuition and emotional factors when making decisions,” marking a turning point in business sensitivity: emotion is suspended or reconfigured as instrumentalized data, reinforcing the naturalization of technical skills as superior (Exame, 08/30/2006, p. 75).

However, Exame itself also selectively promotes specific forms of affectivity as performative leadership resources. This is the case of Luiza Helena Trajano, presented in the September 17, 2003 edition. During a lecture with young company leaders, the executive articulates emotional repertoires, such as ethics, spiritual legacy, happiness, and family, with speeches about goals, entrepreneurship, and success. Standing, opening her arms continuously and inviting the audience to speak, she asks: “What should we do to make Magazine Luiza sell more toys this year?”. After listening to suggestions from the audience, she discusses them and concludes: “This is the first leadership rehearsal for each of you,” encouraging: “bring the whole team to your side, be entrepreneurial, ask for help, help others, believe in yourselves. We believe in you. That’s why you’re here today” (Exame, 09/17/2003, p. 22). Her speech is described as capable of “bringing the audience down”. This scene is complemented by the presentation of her biography (*ibidem*): at 53 years old, mother of three adult children, with a country accent and just over 1.5 meters tall, she leads a company with 4,000 employees, 159 stores and a revenue of 850 million reais in 2003. In the midst of an economic crisis, Magazine Luiza opened 50 new stores in one year, in a move described as bold and exceptional. Here, emotion becomes a strategic resource for mobilization, and her performance consecrates the figure of the charismatic leader whose authority stems from the harmonization between emotion and technique.

Another striking example of this logic is the figure of Colonel Cole Kingseed, presented as a transnational moral authority. *Exame* magazine reports (April 23, 2007, p. 40) that companies like *International Paper* and Merrill Lynch pay up to

\$70,000 for his lectures, in which the military man translates “lessons learned on the battlefield” into the “business world.” By stating that “war is competition in its most intense state,” Kingseed transforms military experience into a metaphorical management resource. In this gesture, the business field is discursively militarized, and emotions begin to be treated as elements of tactical training: discipline, resilience, and emotional vigilance become leadership capital (Exame, April 23, 2007, p. 40).

During the 1970s and early 1980s, Exame reinforced its role as a normative guidance body, offering the national business community a moral lexicon for the symbolic confrontation of adversity. The reports and editorials of this period are structured around narratives of personal success, exemplary biographies, and performative management solutions, which operate as matrices of emulation. Thus, as already pointed out by Norbert Elias (2011) in relation to the etiquette manuals of European courts, here too we witness the systematic production of practical knowledge oriented towards emotional self-management as a civilizational imperative.

By exploring the inner lives of individuals, giving visibility to emotional confessions, strategic vulnerabilities, and the “affective backstage” of decision-making, the magazine transforms emotion into a codified spectacle, converting it into a criterion for consecration. The executive’s emotional management is not merely a personality trait, but a sign endowed with market value: it signals self-control, empathy, charismatic leadership, or resilience. As Mary Douglas (1998) argues, every symbolic convention requires constant reaffirmation and legitimation; in this sense, Exame acts as a repository and amplifier of the affective conventions of the business world, transforming emotions into performative attributes and operating as a tacit manual of managerial etiquette.

The voices of its agents not only inform, but produce performative effects, as they consecrate models of action and codify emotions. Each narrative conveyed functions as an authorized staging of what should be felt, how it should be said, and who can say it. As Bourdieu (1998) emphasizes, the power of discourse does not reside in its isolated words, but in its insertion into social structures of recognition and into habitus previously adjusted to the dominant categories of perception and appreciation.

Furthermore, the dissemination of these narratives contributes to what Powell and DiMaggio (1983) call *mimetic isomorphism*: the tendency towards homogenization of organizational forms in contexts of uncertainty, through the imitation of legitimized models. In this context, *Exame* magazine operates as a privileged mechanism of symbolic mimicry. By presenting exemplary cases of success and leadership figures, it provides not only information, but also action plans and emotional disposition schemes that become internalized as normative expectations by readers. Imitation, in this sense, is not limited to the technical aspects of manage-

ment, but also affects legitimate ways of feeling, narrating oneself, and constructing one's own moral authority.

This dynamic highlights the magazine's role as an operator of symbolic domination: a legitimate classification agent whose representations contribute to naturalizing particular social dispositions as universal. The mediatization of emotions, their translation into leadership attributes, transforms the business world into a space of struggle for emotional recognition, in which symbolic capital acquires emotional density and becomes a criterion for hierarchization.

The effectiveness of Exame as a vehicle for symbolic consecration, ultimately, rests on its ability to resonate with pre-existing dispositions in its target audience. According to Bourdieu (1983), every performative prophecy requires a social universe of expectations compatible with what is stated. Narratives of emotional success, therefore, only acquire value when anchored in social structures that recognize such performances as legitimate. By prescribing models of emotionally regulated and managed subjects, Exame guides not only the actions but also the feelings of agents in the business world, thus establishing the boundaries of legitimate sensitivity.

Emotional etiquette and the corporate civilizing process in emotion management.

Norbert Elias's reflection on civilizing processes offers an indispensable theoretical framework for understanding the functioning of etiquette as social regulation and hierarchical differentiation. In *The Civilizing Process* (2011), Elias demonstrates that the norms codified in the etiquette manuals of European courts were not limited to disciplining aristocratic coexistence: they constituted an embodied grammar of distinction, in which the control of gestures, words, and, above all, affections, functioned as a practical operator of hierarchization. Etiquette, in this sense, was not mere formality, but a device of symbolic domination inscribed in the bodies and emotions of the agents, whose observance ensured recognition and permanence within a highly codified social space.

In the context of Louis XIV's court, as Elias emphasizes, the prestige and advancement of courtiers did not depend exclusively on noble titles or military merit, but on their ability to adhere to the meticulous standards of behavior prescribed by courtly grammar. Every gesture, every emotional expression, every form of deference was invested with classificatory meaning. Affective restraint, learned, practiced, and performed, became the quintessential distinguishing criterion. The slightest lapse in self-control was not merely a moral slip, but an attack on one's own social identity, punished with discredit, ridicule, or symbolic exclusion.

This logic, when transposed to the contemporary business world, reveals surprising structural similarities. The corporate space, far from being a neutral and rational arena guided exclusively by instrumental calculations, is configured as a symbolic universe of disputes for recognition and consecration. Just as in absolutist courts, the business world is permeated by tacit codes of conduct and sensitivity, which regulate the limits of what is acceptable and establish legitimate criteria for emotional expression. In this scenario, *Exame* magazine assumes a role analogous to that of the court as an instance of symbolic centralization: it selects, legitimizes, and consecrates emotional models of conduct.

The magazine not only narrates the trajectories of “inspiring” leaders and reproduces the emotions of successful executives; it also prescribes norms of affective conduct as requirements for professional excellence. By stating, for example, that “it is necessary to admit that people have emotions. And that they should have the right to express their emotions in the workplace” (*Exame*, 04/14/2004, p. 15), the publication does not encourage an indiscriminate release of emotions, but rather the selective and performed incorporation of certain emotional dispositions. Legitimate emotion is not just any expression, but that which contributes to commitment to the corporate project; “only mature, autonomous, and therefore independent people will commit to a project.”

As Elias (2011) points out, etiquette codes demand not only superficial adherence, but the incorporation of sublimation schemes. The logic of deference and decorum is not imposed exclusively by external coercion, but by internal mechanisms of self-monitoring and affective self-control. Breaking with these codes means exposing oneself to a loss of status, while adhering to them, even reluctantly, is a condition for remaining socially recognized. In the corporate world, valued emotional dispositions—strategic empathy, measured enthusiasm, silent resilience—operate as distinctive attributes that distinguish the visionary leader from the “emotionally inadequate” or barbaric professional.

The magazine (*Exame*, July 30, 1997) reinforces this *ethos* by highlighting changes in the management model: “Companies around the world have been trying to get rid of the military-style management model. What they are looking for today is flexibility, less authoritarian bosses, capable of listening to suggestions and criticisms from each employee” (*Exame*, July 30, 1997, p. 1). This rhetorical transition from rigid command to emotionally sensitive management does not represent the end of symbolic control, but its reformulation. Emotions, now, must be demonstrated strategically, contributing to organizational effectiveness and the public performance of executives.

Exame magazine fulfills the function of an etiquette manual for the new managerial elite, defining what can or cannot be felt, when and how emotions should be expressed, and which affective dispositions are valued as legitimate capital. This media codification of emotions confers upon emotional etiquette the status of sym-

bolic capital, capable of being converted into recognition, prestige, and advancement in this social universe. The executive's body, their vocal intonation, their posture in crisis situations, their carefully edited confessions of failure or overcoming—all of this comes to compose the legitimate performance of the corporate emotional habitus (Vasques; Souza, 2023).

Elias and Dunning (1992) expand on this analysis by emphasizing that patterns of self-control do not derive solely from repression, but from the historical learning of codes of conduct that shape the affective energy of individuals in accordance with social expectations. What changes over time are the socially defined criteria of what constitutes legitimate self-control. *Exame* magazine captures and updates these criteria, it provides a code for permitted and desirable emotions in the corporate world. Here, emotions cease to be internal expressions and begin to operate as public signs of competence, balance, and leadership.

Thus, the emotional etiquette disseminated by *Exame* magazine should be understood as an emotional grammar, structured by moral rules objectified in discourses of corporate success. These grammars define not only what one should feel, but also *how* and *when* to express such feelings, and, above all, who is legitimized to do so. As Bourdieu (1989) argues, the principles of vision and division of the social world are not neutral: they are socially situated, historically constructed, and unequally distributed. Emotion, as a label, in this sense, constitutes a form of symbolic distinction, a subtle marker that demarcates the boundaries between those who “feel right” and those who fail to adhere to the sensibilities consecrated by the business world.

Adherence to this emotional etiquette, mediated by the magazine, implies the incorporation of sanctioned emotional dispositions, an affective grammar that regulates the body, language, and appearance of individuals. It is a long-term social learning process, a civilizing process in which affects are converted into legitimate performances in the competitive space of management. As Elias (2006) emphasizes, emotional regulation is not instinctive, but socially constructed; and its effectiveness lies precisely in the ability of individuals to naturalize these dispositions as if they were a spontaneous expression of their individual authenticity.

From this perspective, we situate our analysis within the sociology of emotions, understanding emotions not as psychological facts, but as socially regulated forms of embodied expression, sanctioned by media outlets such as *Exame* magazine (author). This, operating as a circuit of symbolic legitimation, provides more than just reports on the corporate world: it delivers a manual of etiquette for emotions, behaviors, and postures. Its function is to normalize sensitivity, establishing what can be felt, how one should feel, and who is authorized to do so. In this process, emotional etiquette transforms into a language of belonging, an instrument of distinction, and symbolic power.

Between Reason and Sensibility: Business Etiquette

From the sociological perspective of Pierre Bourdieu (1998), discourses delivered in legitimate media spaces, such as *Exame* magazine, should not be taken as disinterested accounts of individual experiences or spontaneous confessions of autonomous subjects. On the contrary, they should be read as socially situated speech acts, endowed with symbolic efficacy and traversed by power relations inscribed in the structures of the corporate world. As performative utterances, these speeches not only describe the social world, they produce, classify, and hierarchize it.

An exemplary case of this logic can be found in issue 801 of the magazine, dated September 17, 2003, under the title “Reason and Sensibility.” In it, executive Luiza Helena Trajano, then president of Magazine Luiza, is presented as an archetype of contemporary leadership that articulates affectivity and rationality. In a speech delivered to an audience of employees, she mobilizes a lexicon composed of terms such as “ethics,” “family,” “happiness,” and “spiritual legacy,” intertwined with technical-managerial indicators, sales targets, entrepreneurship, and leadership strategies. The scene narrated by *Exame* functions as a symbolic consecration ritual, in which the speaker’s charisma and authority are actualized through affective performance.

“Then he goes on to talk about things like values, ethics, attitude at work, family, spiritual legacy, happiness, leadership, and success. ‘This is the first leadership rehearsal for each of you,’ he says. ‘And there’s only one way to succeed: bring the whole team to your side, be entrepreneurial, ask for help, help others, believe in yourselves. We believe in you. That’s why you’re here today.’ The audience erupts in applause.” (*Exame*, 09/17/2003, p. 22).

This performance embodies, in a privileged way, what Bourdieu (2013) calls the production of *practical sense*: the internalization of dispositions that guide the perception of the social world and action within it. By articulating emotion and technique, ethics and profitability, spirituality and entrepreneurship, Luiza Helena Trajano’s speech transcends its literal meaning: it establishes authority, defines models of conduct, and naturalizes criteria of excellence. It is a symbolic act that, through its very enunciation, guides and performs social reality.

In this specific universe of business media, such discourses operate as *doxa* (Bourdieu, 2004), that is, as forms of social knowledge that escape problematization and function as natural evidence of what is legitimate, effective, and desirable. It is not merely a matter of reflecting a business *ethos*: it is a matter of *producing and reproducing it*, through the guidance of etiquette manuals and moral languages that inform and guide social agents.

In this context, *Exame* magazine constitutes a symbolic market in the strict sense elaborated by Bourdieu in *The Economy of Linguistic Exchanges* (2008): *a space in which discourses circulate as goods with differential value*, according to the speaker's position and the social structure of reception. The pronouncements of executives, consultants, and management "gurus" are valued not only for their semantic content, but also for the symbolic authority embodied by those who utter them, that is, for their position in the social universe and the prestige legitimized by the magazine itself. In this linguistic market, discursive performance is a form of capital: the value of what is said is tied to who says it, and to which social hierarchies guarantee its credibility.

The case of Luiza Helena Trajano clearly illustrates this logic. Her discourse only acquires prescriptive force because she is recognized as a dominant agent, a supposedly successful businesswoman, whose economic performance indicators are repeatedly cited as material proof of her symbolic authority. As noted by *Exame* magazine:

At 53 years old, a mother of three adult children, just over 1.5 meters tall, with a country accent, she runs a company with 4,000 employees, 159 stores distributed across the states of São Paulo, Minas Gerais, Paraná, and Mato Grosso do Sul, with 4 million registered customers and a turnover expected to reach 850 million reais in 2003. (...) Few companies in Brazil have dared to grow so much in recent times." (*Exame*, 09/17/2003, p. 22).

This media recognition, which values the number of employees, stores, customers, and revenue as distinct attributes, not only reinforces its public image: it translates its symbolic capital into an instrument of moral consecration. Its speech begins to operate as what Bourdieu (2008) calls *a socially grounded illocutionary force*, a power of summoning that does not originate in the grammatical structure of the etiquette manual uttered, but in the social recognition of its legitimacy.

This process also allows us to revisit Bourdieu's (1989) critique of structuralist linguistics. Against the tradition inaugurated by Saussure, which treated language as an autonomous system detached from the social conditions of enunciation, Bourdieu proposes that discourses be analyzed as situated practices, immersed in unequal power structures. For him, the word is not a mere sign: it is a symbolic force, whose power derives from the social position of the speaker and the public's willingness to recognize it as legitimate: "It only preaches to the converted. And the miracle of symbolic efficacy disappears when one realizes that the magic of words makes previously assembled devices, dispositions, function." (Bourdieu, 2008, p. 132).

In this sense, *Exame* magazine functions as a pedagogical instance of etiquette, transforming authorized discourses into behavioral standards. Enthusiasm,

corporate spirituality, self-control, and empathy become performative emotional requirements, whose presence qualifies, and absence disqualifies, the agents engaged in this social universe.

By turning business language into an etiquette manual, *Exame* magazine updates a type of symbolic etiquette that not only prescribes how to act, but also how to feel, how to narrate oneself, and how to express legitimate affections. Like the courtly etiquette described by Elias (2011), this emotional business etiquette functions as a technology of symbolic differentiation, through which values are attributed, virtues are recognized, and hierarchies are consolidated.

Ultimately, the word performed by Luiza Trajano (*Exame*, 09/17/2003), especially when conveyed by a prestigious medium like *Exame*, not only represents but also establishes. The emotional gesture, the tone of voice, the inspiring content, the intertwining of affect and technique, become moral grammars of belonging and distinction. As Bourdieu (2008, p. 28) argues: “Language can say everything, represent everything, express everything within the limits of language; but its power is to produce for existence, producing collectively recognized and thus realized representations of existence.”

Thus, *Exame* operates as a contemporary manual of emotional etiquette for the business world: an instance of symbolic mediation that informs individuals about what is morally valued, emotionally expected, and legitimately performable in the world of management. By selecting certain discourses as examples, such as that of Luiza Helena Trajano, the magazine prescribes affections, behaviors, and dispositions, converting language into an instrument of classification and symbolic domination.

Final Considerations

This article sought to demonstrate that emotions, far from being irrational residues or spontaneous manifestations of subjective interiority, operate as a moral grammar, disciplined and instrumentalized within the corporate universe. The analysis of editions of *Exame* between 1990 and 2007 revealed the consolidation of a corporate emotional etiquette, a normative regime of sensitivity that organizes the conduct of agents, legitimizes specific affective dispositions, and symbolically structures hierarchies of prestige within the organizational space.

Drawing on the contributions of Pierre Bourdieu and Norbert Elias, we argue that corporate emotionality should not be understood as a natural given, but as a moral grammar whose symbolic efficacy depends on its inscription within historically constituted classification structures. In such a regime, feelings like enthusiasm, self-control, and empathy are transubstantiated into symbolic capital, selectively

valued according to the logic of distinction. *Exame* magazine, by prescribing such affects as desirable attributes of leadership and professionalism, acts as a manual of etiquette and consecration, naturalizing dispositions and guiding legitimate styles of presence, speech, and emotion.

This symbolic normalization of emotions reveals the invisible force of symbolic domination: by spontaneously incorporating legitimized affective codes, subjects reproduce structures of exclusion and inequality under the guise of emotional authenticity. As Bourdieu (2007b) analyzes, structures become structuring as they become structured in bodies. The successful professional, in this scenario, is the one whose emotional management expresses the harmony between the incorporated habitus and the expectations of the engaged social universe. This symbolic homology produces, regulates, and legitimizes the figure of the “charismatic leader” as a social type, converting emotion into capital, and affect into a criterion for social classification and hierarchization.

Thus, the main contribution of this study lies in highlighting that emotions, as social practices, are regulated by normative grammars that operate as discourses of belonging and exclusion in the business world. What one feels, how one feels, and who can feel it becomes the object of symbolic regulation, articulated by devices of affective socialization such as business media. *Exame* magazine, by producing and legitimizing such schemes, functions as a symbolic mediator, converting feelings into criteria of moral and professional consecration through a code of etiquette.

From a methodological point of view, this study falls within the relational tradition of sociology, articulating content analysis with an analysis grounded in the relationships between emotion and symbolic power. Although the empirical scope, centered on *Exame* magazine and the time interval from 1998 to 2007, imposes limits on the generalization of the results, we believe that the perspective proposed here offers support for the expansion of future investigations into the business world.

By focusing on emotions in the sociological analysis of symbolic domination, we reaffirm the need to denaturalize them and treat them as socially significant practices, traversed by structures of power, distinction, and domination. Emotions, far from being the opposite of instrumental reason, constitute its symbolic complement, operating as a form of adherence to and differentiation within the social universe. In this sense, integrating emotions means uncovering the invisible mechanisms by which affects participate in the organization and hierarchization of the social world.

ACKNOWLEDGEMENT: I would like to thank FAPESP for its support during the execution of the research in process 2019/18706-3.

REFERENCES

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.
- BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. **De la justification: les économies de la grandeur**. Paris: Gallimard, 1991.
- BOLTANSKI, Luc and Chiapello, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. Les trois états du capital culturel. 1979.
- BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria na prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. **O que falar quer dizer: a economia das trocas linguísticas**. São Paulo: EDUSP, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007a.
- BOURDIEU, Pierre. **Meditações pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007b.
- BOURDIEU, Pierre. **O Senso Prático**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.
- DARDOT, Pierre; Laval, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DONADONE, Júlio. **As revistas de negócios no brasil: um estudo sobre o discurso da eficiência**. Universidade de São Paulo, 2000.
- DOUGLAS, Mary. **How institutions think**. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 1986.
- ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.
- GRUN, Roberto. A crise financeira, a guerra cultural e as transformações do espaço econômico brasileiro em 2009. **Dados**, 2010.
- JARDIM, Maria Chaves. A crise financeira de 2008: Os discursos e as estratégias do governo e dos fundos de pensão. **Dados**, 2013.
- JARDIM, Maria Chaves. VASQUES, Lucas Flôres. A “boa combinação” entre gênero e sociologia Econômica. *Revista Novos Olhares Sociais*, n 2, 122-149, 2019.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.

KUCKARTZ, Udo; RÄDIKER, Stefan. **Analyzing Qualitative Data with MAXQDA: Text, Audio, and Video**. Cham: Springer International Publishing, 2019.

POWELL, Walter W. ; DiMaggio, Paul J. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, p. 147–160, 1983.

SOUZA, Thais Caetano. VASQUES, Lucas Flôres. A telenovela brasileira em foco: uma análise sobre intimidade, emoção e processos de subjetivação em Pantanal. **Revista EntreRios do Programa de Pós-Graduação em Antropologia**, n 6 (1), p. 111-130, 2023.

VASQUES, Lucas Flôres. JARDIM, Maria Chaves. Emoções e sociologia economia. **Revista Ensaio**, n 18, p. 142-164, 2021.

VASQUES, Lucas Flôres. SOUZA, Thais Caetano. Considerações sobre o corpo em Pierre Bourdieu e Michel Foucault. **Novos Rumos Sociológicos**, n 11, p 29-44, 2023.

VASQUES, Lucas Flôres. **As emoções e sua inserção no espaço empresarial brasileiro através da revista Exame: uma análise em sociologia econômica dos mercados**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2022.

Diretrizes para Autores

POLÍTICA EDITORIAL

A **Revista Estudos de Sociologia (RES)** possui periodicidade semestral e aceita artigos, dossiês, ensaios e resenhas inéditos nos campos da Sociologia, Política, Antropologia, ou no campo interdisciplinar das Ciências Sociais, que não estejam sendo apresentados simultaneamente em outro periódico. Ao enviar seu trabalho para a **Estudos de Sociologia**, o(s) autor(es) cede(m) automaticamente seus direitos autorais para eventual publicação do artigo.

A **RES** opera com chamadas temáticas divulgadas pelo Conselho de Redação (**CR**) em sua versão *online*, (<http://seer.fclar.unesp.br/estudos>). São realizadas de duas até três chamadas por ano simultaneamente com prazos de expiração diferenciados.

Os artigos são aceitos em português, ou em espanhol. Artigos em outros idiomas podem ser submetidos à RES para serem traduzidos em português, desde que sejam originais, ou apresentem autorização de publicação. O CR se reserva o direito de aceitar ou não a proposta para tradução, conforme o tema, a pertinência de sua publicação.

É exigida a titulação mínima de Mestre aos autores que desejem submeter artigos. Os autores que pretenderem publicar artigos com regularidade na **RES** devem aguardar três números consecutivos para tanto.

PROCESSO DE AVALIAÇÃO POR PARES

A publicação dos artigos recebidos está condicionada à aprovação dos pareceristas *ad hoc*, ou ao cumprimento de suas sugestões. São considerados: originalidade, consistência teórica, clareza na exposição e contribuição científica do artigo. O prazo solicitado aos pareceristas para a emissão de sua avaliação é de três semanas. Os nomes dos pareceristas permanecem em sigilo, assim como os nomes dos autores, que receberão os pareceres com as avaliações, sugestões, ou recusa. Os autores serão informados pelo CR da decisão final sobre os textos aceitos, ou recusados para publicação.

O artigo será aprovado ou recusado pelo **CR** desde que atenda as devidas alterações indicadas pelos pareceristas. O tempo médio entre a submissão, a emissão dos pareceres e a aprovação ou recusa final do artigo pelo Conselho de Redação varia de 3 a 6 meses a partir da data de encerramento da chamada.

Após aprovados os artigos passam por uma minuciosa revisão gramatical realizada por profissionais da área e caso necessário, os autores são consultados para esclarecimento. Isto feito, os artigos seguem para o Laboratório Editorial da FCL/Ar/UNESP que faz a revisão bibliográfica. Nesta etapa os autores são consultados para fazer correções, ou preencher lacunas das referências.

O CR se reserva o direito de publicar ou não trabalhos enviados à redação, no que diz respeito aos itens acima citados e à adequação ao perfil da RES, à temática de cada edição, ao conteúdo e à qualidade das contribuições.

NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE TEXTOS

Os textos devem ser enviados através do site da revista <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos>>, onde são explicados todos os passos para submissão dos artigos, clicando em SUBMISSÕES ON LINE, no menu superior da página.

Formatação

Todos os trabalhos devem ser digitados em *Microsoft Word*, ou programa compatível (o arquivo deve ser salvo com a extensão “doc”), fonte *Times New Roman*, tamanho 12 (com exceção das citações diretas com mais de três linhas e das notas de rodapé), espaço 1,5 entre linhas e parágrafos (exceto para citações diretas com mais de três linhas). As páginas devem ser configuradas no formato A4, sem numeração, com 3 cm nas margens superior e esquerda e 2 cm nas margens inferior e direita.

Dimensão

Os ARTIGOS deverão ter até 45.000 caracteres com espaços, incluindo título e resumo (com no máximo 150 palavras), palavras-chave (no máximo 5), em português e inglês, notas de rodapé e bibliografia. Os ENSAIOS deverão ter até 30.000 caracteres com espaços, incluindo título, resumo, palavras-chave, em português e inglês, notas de rodapé e bibliografia. As RESENHAS deverão ter até 15.000 caracteres com espaços, incluindo título, em português e inglês, notas de rodapé bibliografia etc. Serão aceitas resenhas de livros publicados no Brasil, há no máximo dois anos e, no exterior, no máximo há cinco anos. No rodapé incluir dados do/a autor/a (não ultrapassar três linhas): formação, instituição, cargo, email.

Organização

A organização dos trabalhos deve obedecer à seguinte sequência:

- TÍTULO (centralizado, em caixa alta); RESUMO (no máximo 150 palavras); PALAVRAS-CHAVE (até 5 palavras, uma linha abaixo do resumo), escritas no idioma do artigo); TEXTO;
- TÍTULO EM INGLÊS (centralizado, em caixa alta); ABSTRACT e KEYWORDS (versão para o inglês do Resumo e das Palavras-chave, exceto para os textos escritos em inglês).
- AGRADECIMENTOS (se houver);
- REFERÊNCIAS (apenas trabalhos citados no texto).

Recursos tipográficos

O recurso tipográfico **Negrito** deve ser utilizado para **ênfases ou destaques no texto**, enquanto o recurso *Itálico* deve ser reservado para *palavras em língua estrangeira e para títulos de obras* citados no corpo do texto. As “aspas” devem ser utilizadas **somente nas citações** de frases de outros autores extraídas de artigos, livros, ou outras fontes, conforme as regras de citações dentro do texto, descritas a seguir. Recomenda-se que o recurso **negrito seja usado com parcimônia**.

Notas de Rodapé

As notas de rodapé devem conter somente informações substantivas, utilizando-se os recursos do *Microsoft Word*, em corpo 10, **não devem ultrapassar três linhas**.

Citações dentro do texto

Nas citações diretas feitas dentro do texto, **de até três linhas**, e entre aspas, o autor deve ser citado entre parênteses pelo SOBRENOME, em maiúsculas, separado por vírgula da data de publicação e página (SILVA, 2000, p. 12). Se o nome do autor estiver citado no texto, indica-se apenas a data, entre parênteses: “Silva (2000) assinala...”. Nas citações diretas, é necessária a especificação da(s) página(s) que deverá(ão) seguir a data, separada por vírgula e precedida do número da página. com p. (SILVA, 2000, p.100). As citações de diversas obras de um mesmo autor, publicadas no mesmo ano, devem ser discriminadas por letras minúsculas após a data, sem espaçamento (SILVA, 2000a).

Quando a obra tiver dois ou três autores, todos devem ser indicados, separados por ponto e vírgula (SILVA; SOUZA; SANTOS, 2000); quando houver mais de 3 autores, indica-se o primeiro seguido de et al. (SILVA et al., 2000).

Citações destacadas do texto

As citações diretas, com mais de três linhas, deverão ser destacadas com recuo de 4 cm da margem esquerda, em corpo 11 e sem aspas (NBR 10520 da ABNT, de agosto de 2002).

REFERÊNCIAS

Todas as referências que foram citadas no texto serão indicadas de forma completa ao final do artigo, em ordem alfabética pelo sobrenome do primeiro autor, alinhadas à margem esquerda, em espaço simples e separadas entre si por espaço 1,5 cm entrelinhas. Não colocar asterisco, traço, ponto ou qualquer marca no início da referência. Exemplos:

Livros: SOBRENOME do autor, Nome. **Título da obra** (negrito): subtítulo. Número da edição (se não for a primeira). Local de Publicação: Editora, ano de publicação. [IANNI, Otávio. **Raças e classes sociais no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2004.]

Capítulos de livros: SOBRENOME do autor, Nome. Título do capítulo. In: SOBRENOME, Nome (Org.). **Título da obra:** subtítulo. Número da edição. Local de Publicação: Editora, Ano de publicação. Número e/ou volume, página inicial-final do capítulo. [ALEXANDER, Jeffrey C. A Importância dos clássicos. In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan (Org.). **Teoria social hoje**. São Paulo: Ed. da UNESP, 1999. p.23-89.]

Artigos em periódicos: SOBRENOME do autor do artigo, Nome. Título do artigo. **Nome do periódico**, Cidade de publicação, volume, número, páginas inicial – final do artigo, ano de publicação. [ZALUAR, Alba. Agressão física e gênero na cidade do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n.71, v.24, p.9-24, out. 2009.]

Dissertações e teses: SOBRENOME do autor, Nome. **Título da tese:** subtítulo. Ano de defesa. número de folhas. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Dissertação (Mestrado), Tese (Doutorado) – Instituto ou Faculdade, Nome da instituição por extenso, Cidade, Ano. [VAZ, Antonio Carlos. Violência contra as mulheres: estudo com adolescentes no município de Guarulhos. 2012. 262f. Tese

(Doutorado em Sociologia.) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2012.]

Artigos em jornais/revistas: SOBRENOME do autor do artigo, Nome. Título do artigo. **Nome do jornal**, Cidade de publicação, data de publicação (dia mês abreviado e ano). Caderno, páginas inicial – final do artigo, ano de publicação. [PIRES, P. A. Vidas Paralelas: reflexos nos espelhos de Sontag e Barthes. **Folha de S. Paulo**, 13 maio 2012. Ilustríssima, p. 4-5.]

Entrevistas: SOBRENOME do entrevistado, Nome. Título da entrevista. [mês abreviado e ano da entrevista]. Entrevistador: Nome do entrevistador na ordem direta. **Nome do jornal/revista**, Local de publicação, página onde aparece a entrevista, dia mês abreviado e ano da publicação. [ALENCASTRO, L. F. O observador do Brasil no Atlântico Sul. [out. 2011]. Entrevistadora: Mariluce Moura. **Revista da FAPESP**, São Paulo, p.10-17, out.2011.]

Eventos: SOBRENOME, Nome do autor. Título do trabalho apresentado. In: NOME DO EVENTO, número de ordem do evento seguido de ponto, ano da realização, Cidade. **Nome da publicação dos trabalhos**. Local da publicação: Editora, ano da publicação. [BRUSCHINI, C.; RIDENTI, S. Trabalho domiciliar: uma tarefa para toda a família. In: SIMPÓSIO DE ECONOMIA FAMILIAR, 1, 1996, Viçosa. **Anais...** Viçosa: Ed. UFV, 1996.]

Publicação on-line: SOBRENOME, Nome do autor. Título do artigo/matéria. **Nome do site**, Local da publicação, dia mês abreviado e ano da publicação. Disponível em: <endereço eletrônico completo para acesso ao artigo/matéria>. Acesso em: dia mês abreviado e ano do acesso. [TAVES, R. F. Ministério cota pagamento de 46,5 mil professores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 abr. 1998. Disponível em: < <http://www.oglobo.com.br/reportagem> >. Acesso em: 19 abr. 1998]

A revista Estudos de Sociologia adota as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) <<http://www.abnt.org.br>> que devem ser consultadas caso não seja encontrado no presente modelo o exemplo necessário.

Condições para submissão

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

1. A contribuição é original e inédita, e não está sendo avaliada para publicação por outra revista.
2. O arquivo da submissão está em formato Microsoft Word, OpenOffice ou RTF.
3. O texto segue os padrões de estilo e requisitos bibliográficos descritos em Diretrizes para Autores, na página Sobre a Revista.
4. Em caso de submissão a uma seção com avaliação pelos pares (ex.: artigos), as instruções disponíveis em Assegurando a avaliação pelos pares cega foram seguidas.

Declaração de Direito Autoral

Os manuscritos aceitos e publicados são de propriedade da Revista Estudos de Sociologia. Os artigos publicados e as referências citadas na revista Estudos de Sociologia são de inteira responsabilidade de seus autores.

Política de Privacidade

Os direitos autorais dos textos publicados são reservados à Estudos de Sociologia. Publicações posteriores dos mesmos não são permitidas.



SOBRE O VOLUME

Revista Estudos de Sociologia, v.30 n.3

Formato: 16 x 23 cm

Mancha: 12,8 x 20,5 cm

Tipologia: Times New Roman, 11pt

