

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIAS E CONTABILIDADE**

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ECONOMIA PARA JORNALISTAS

**O ADEQUADO TRATAMENTO JORNALÍSTICO
DO FATO ECONÔMICO**

ROBERTO FAUST

FORTALEZA , SETEMBRO, 2000

**O ADEQUADO TRATAMENTO JORNALÍSTICO
DO FATO ECONÔMICO**

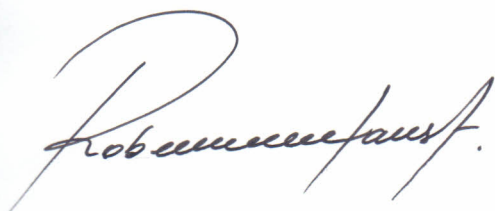
ROBERTO FAUST
ORIENTADOR: FLÁVIO ATALIBA FLEXA DALTRO BARRETO

Monografia apresentada à
Faculdade de Economia,
Administração, Atuaria e
Contabilidade para obtenção
do grau de Especialista em
Economia.

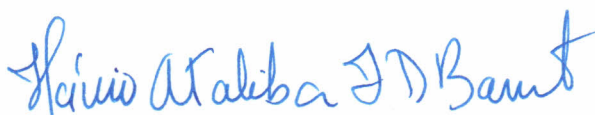
FORTALEZA-CE
2000

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Especialização em Economia para Jornalistas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Especialista em Economia, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberto Faust', with a large, stylized initial 'R'.

Roberto Faust

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Flávio Ataliba Flexa Daltro Barreto', with a large, stylized initial 'F'.

Prof. Orientador Flávio Ataliba Flexa Daltro Barreto

Monografia aprovada em 28 de Setembro de 2000

Muito obrigado a todos os amigos e familiares que me ajudaram a superar este momento difícil. Agradeço especialmente a Regina e aos meus filhos, Brendan, Dennis, Bruno e Marina, por sua compreensão e apoio incondicional.

*à Regina e aos meus filhos,
Brendan, Dennis, Bruno e
Marina.*

Agradecimentos

Muitos contribuíram para a elaboração deste estudo e a todos eu agradeço sinceramente. Devo, porém, agradecimentos especiais, aos professores: José Meneleu que, com seu talento vibrante, de bate-pronto, me colocou ajustado para a rota que iria percorrer neste curso; Ana Maria de Carvalho Fontenele, que me recebeu, solidária e atenciosamente, como aluno-ouvinte, nas suas aulas de Macroeconomia, no Curso de Graduação da Faculdade de Economia, Administração, Atuaria e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará; Flávio Ataliba Flexa Daltro Barreto, por sua compreensão, atenção e pela orientação na elaboração deste estudo. Um agradecimento especial ao Jornalista, companheiro e amigo Ademir da Silva Costa.

Tantum possumus quantum scimus

(Podemos tanto quanto sabemos)

Provérbio predileto de Francis Bacon

SUMÁRIO

1-INTRODUÇÃO	7
2-O CARÁTER ECONÔMICO DAS NOTÍCIAS	11
3-O FATO ECONÔMICO	15
4-O FATO COMO NOTÍCIA	18
5-OS ECONOMISTAS	20
6-O PAPEL DA IMPRENSA	24
7-O CARÁTER CIENTÍFICO DA ECONOMIA	28
8-OS “SENHORES” DA IMPRENSA	30
9-OS JORNALISTAS	35
10-“A RAPOSA TOMANDO CONTA DO GALINHEIRO”	41
11-CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
12-BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	47

1-INTRODUÇÃO

As pessoas, em diferentes medidas, são consumidoras de uma produção intensiva de mensagens a jato contínuo, elaboradas industrialmente em série e transmitidas segundo os canais (comerciais), de um consumo regido pelas leis da oferta e da procura.

Neste contexto, a informação econômica, passa a merecer uma análise mais apurada da sua finalidade e em função dessa finalidade, da sua forma e tratamento jornalístico. O conteúdo, este deve (ou deveria) ser apenas o da realidade a que se reporta.

A Ética, elementarmente, é um aspecto decisivo para o estudo que aqui se pretende. E o princípio ético fundamental é o de que a pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social.

Desde tempos remotos, o homem sempre buscou formas mais eficientes de comunicação, especialmente para grandes distâncias. Passou dos sinais de fumaça aos tambores e dos pombos-correio à imprensa escrita. O sucesso ou o fracasso de muitas empreitadas dependeu, sempre, da precisão e rapidez das comunicações. Os Rothschild, na Inglaterra, ao que consta, devem grande parte da sua fortuna a um pombo-correio que, trazendo oportunamente a notícia da derrota sofrida por Napoleão em Waterloo, permitiu-lhes determinada intervenção especulativa no mercado financeira da época.

O exemplo dos Rothschild ilustra bem uma das exigências mais importantes que a comunicação, em especial a de caráter mais finamente econômico, viria a assumir: a de seletividade e particularidade de seus destinos. A velocidade (considerada, desde sempre, a característica mais importante), conjugada a uma discrição “de ponta a ponta”, iria permitir a grupos pequenos, ou a simples indivíduos, àquele “valor acrescido” da

informação a mais, que poderia colocá-los em situação privilegiada em relação aos restantes de interessados.

O atual estágio dos estudos sobre comunicação revela de maneira sólida, que não se pode crer em vínculos de dominação entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que as recebem. São consistentes os aspectos mediadores em cada receptor. Na outra ponta da mesma linha de estudo, também é consistente o entendimento de que *“a comunicação não é eficaz se não inclui também interações de colaboração e transação entre uns e outros”* (CANCLINI, 1995).

Por importante, convém lembrar aqui, e desde já, que todos (os jornalistas) são testemunhas vivas de como é complicado exercer a profissão neste país, e em particular, no Ceará. É mais ou menos como integrar o Exército de Brancalione: um bando de loucos, cheios de idealismo e boas intenções (nem todos, é claro), totalmente perdidos – e invariavelmente frustrados - em meio a uma balbúrdia desconexa e incontrolável.

Neste início do Século XXI, em todo o mundo conhecido e habitado, o aspecto econômico da vida de qualquer comunidade é, sem nenhuma dúvida, o aspecto decisivo para a continuidade da sua existência, e o será também seja qual for o tipo de desenvolvimento que venha a pretender, independentemente de ideologias, filosofias, crenças, etc., que a caracterize. Hoje em dia, pouco importa os limites territoriais ou a história política de uma nação. O que a tornará visível, interessante e até importante, será o mercado representado por sua produção e população.

Pensando então na influência e na responsabilidade do jornalismo em economia e procurando uma síntese que melhor traduza tal interface, foi encontrada a seguinte

afirmação: “A imprensa organizou o pensamento e o pensamento em breve irá tirar proveito do mundo” (BALZAC, 1999).

Mcluhan diria muito tempo depois:

“Com a imprensa, a Europa experimentou a sua primeira fase de consumo, não apenas porque a imprensa é um meio de comunicação para o consumidor, além de uma mercadoria, mas por ter ela ensinado aos homens como organizar qualquer outra atividade sobre uma base linear e sistemática. Mostrou aos homens como criar os exércitos e os mercados” (GIOVANNINI, 1987).

Na mesma obra, há a afirmativa:

“A imprensa provocou uma “explosão” que levou a atomização de uma ordem antiga e sólida em diversos fragmentos humanos, individuais, diferenciados, mecânicos, assinalando desta forma o nascimento da economia clássica, do protestantismo e da linha de montagem...” (GIOVANNINI, 1987).

Hoje, com a contribuição da História e verificando a trajetória percorrida pela imprensa, não se discordará, ainda, das afirmações acima.

A afirmativa de BALZAC (1999), na parte em que, também, é um prognóstico, indicava um determinado sentido, no qual, acreditava, a imprensa se desenvolveria. A história e o quadro atual da imprensa, no Brasil, mostra que não foi o que ocorreu. Por exemplo, BALZAC (1999) complementou aquela afirmação, dizendo que: “Uma folha de papel, frágil instrumento de uma idéia imortal, pode nivelar o globo”. O nivelamento a que se referiu, até os dias atuais, não conseguiu quebrar a estratificação social. Isto é, nivela sim pela informação – ainda que por baixo os mais fracos, e por cima apenas os mais poderosos – e somente os que estão na mesma faixa, não conseguindo fazer grande coisa, ou quase nada, para eliminar a estratificação.

Na verdade, conforme se aprende da História, o que realmente contribuiu para algum nivelamento efetivo, isto é, ensejando o deslocamento de integrantes da população para um plano econômico-social mais elevado, trazendo outros, do plano mais elevado para um inferior, foram os atos e fatos econômicos.

A imprensa, nesse sentido, terá apenas cumprido sua função primária – a de informar - e se mantido dentro da isenção que, idealmente, lhe é recomendada. Na época em que BALZAC (1999) fez aquela afirmação, o mundo enfrentava profundas transformações. Vinha da Revolução Industrial que já beirava o centenário; da Revolução Francesa, cujos principais efeitos – a abolição dos feudos, e a proclamação dos direitos humanos – ainda estavam se espalhando pelo mundo.

Na seqüência, todas as outras grandes transformações que viriam a grassar pelo mundo, não seriam capazes de determinar uma alteração significativa no que BALZAC (1999) dizia da imprensa já naquele tempo (nada que a enobrecesse ou valorizasse) e que, ainda hoje permanecem atualizados.

Naquela época, o mundo todo conhecido passava por uma fase de desenvolvimento econômico e social, verdadeiramente nervoso, vibrante, cujo principal moto-propulsor e concomitantemente agente acelerador, inquestionavelmente, foram as comunicações entre os homens. A imprensa, nos grandes centros comerciais (quando estes começaram a se formar), se confrontou com as dinâmicas econômicas e sociais, que depois se revelariam como as determinantes do seu sucesso. Surgia e começava a se impor, já naquele tempo, a idéia de que não só a prosperidade mas a própria sobrevivência já dependiam, decisivamente, da informação.

2-O CARÁTER ECONÔMICO DAS NOTÍCIAS

Quando Huberman prefaciou seu livro “História da riqueza do homem”, registrou ali uma circunstância extremamente relevante para o entendimento da verdadeira essência da civilização. Diz ele: “*Este livro é uma tentativa de explicar a História pela Teoria Econômica, e a Teoria Econômica pela História*” HUBERMAN (1983). E explicou inequivocamente!

No século XVI, a já consolidada burguesia era quem, na verdade, movimentava e controlava a economia da época. Entretanto, esses mesmos burgueses, eram totalmente privados do poder político, esfera exclusiva dos senhores feudais, da nobreza e do clero que, a seus turnos, sem dúvida, era quem gerava os fatos e conseqüências de caráter econômico, que iria atingi-los (aos burgueses) primeiramente. Foi através da esfera pública, tal como surgiu no Século XVI. GOMES (1998) posteriormente a conceituaria brilhantemente como sendo, através da discussão persistente entre pessoas reunidas num público, que os burgueses apresentavam suas posições e contraposições, no sentido da obtenção de um consenso, ou concordância a respeito dos interesses em disputa.

Esfera pública era então o lócus onde se discutia as questões concernentes a todos, de forma aberta e racional, portanto argumentativa e discursivamente e livre de pressões de qualquer ordem (GOMES, 1998).

Esfera pública surgiu, portanto, como defesa da burguesia do Século XVI, que vivia à parte do processo decisório político, sendo, no entanto, senão os alvos principais, ao

menos não escapavam dos efeitos penalizadores das decisões do poder público (GOMES, 1998).

Acreditavam os burgueses que, na medida em que se submetiam apenas à força do melhor argumento, haveriam de converter as autoridades em autoridades racionais (GOMES, 1998).

Mas o que não foi percebido, isoladamente, é que na comunicação, efetivamente feita, das atividades e ações humanas, mesmo havendo nelas outros aspectos igualmente importantes, a ênfase se deu, natural e espontânea, exatamente, nos aspectos econômicos, que assim se tornaram na base - verdadeira - em que se assentou a história da civilização humana, pelo menos nos últimos 500 anos. O aspecto econômico emergiu, portanto, da essência do homem moderno!

Verifica-se que na comunicação ocorria – como ocorre ainda hoje - um natural deslocamento, para planos subalternos, dos outros eventuais aspectos filósofo-sociais dos fatos que relatam.

Um exemplo contundente foi a ressonância provocada pelo romance *The jungle* (A selva), escrito em 1906, por Upton Sinclair. Ainda que não se tratasse de uma notícia, pois romance não é atividade de imprensa, acabou por executar uma tarefa tipicamente de imprensa. Nele, o autor:

“... dá descrições vividas dos matadouros e frigoríficos de Chicago, retratando as péssimas condições dos trabalhadores, e os animais doentes, a carne apodrecendo, ratos envenenados, e até restos humanos que entravam nos alimentos enlatados” (SAMPSON, 1996).

Os legisladores americanos, naquela época, acabaram respondendo positivamente, ao clamor do público – gerado pelo livro - criando regulamentações governamentais que garantissem uma comida limpa.

Sinclair ao escrever seu romance, pretendeu na verdade, fazer uma denúncia das condições escravizantes (aspecto filosófico-social) em que se mantinham os trabalhadores. Mas o público americano, para decepção do autor, ficou muito mais chocado com a adulteração dos alimentos produzidos daquela maneira (aspecto saúde-econômico), do que com as condições sociais ali denunciadas (SAMPSON, 1996).

Em sua autobiografia *Allen Londres*, em 1963, Sinclair declara textualmente: *"Mirei no coração do público e, por acidente, acertei em seu estômago"* (SAMPSON, 1996).

Em outras palavras: As atividades e ações humanas, que sempre e naturalmente ganharam caráter econômico, e a forma da comunicação, privilegiando especialmente, exatamente, o caráter econômico dessas atividades, desde os primórdios da humanidade foram, senão os únicos e verdadeiros, pelo menos se tornaram nos dois mais importantes fatores do desenvolvimento da humanidade.

Hoje, não é mais possível dissociar atividades e ações humanas, de algum caráter econômico; também não será possível dissociá-las da comunicação que se faz delas; e ainda... do que quer que seja! Em tudo haverá, sempre, um alcance econômico, que só emerge a partir da e na, comunicação que é feita, de cada fato.

Comunicadas, estas ações e atividades humanas, especialmente por seu aspecto econômico, produzirá efeitos (e veja-se que não apenas econômicos) para maiores ou menores comunidades.

E o mais interessante é que sempre foi assim. Num mundo em que nos acostumamos a enxergar tudo sob a égide da efemeridade, paradoxalmente, a base desse mesmo mundo é - e sempre foi - exatamente a mesma (o interesse econômico), desde o princípio dos tempos.

Os negócios (escambos, no início) surgiram e evoluíram a partir da comunicação que alguém fez, num determinado momento, de alguma necessidade ou desejo, e de que possuía algo que se dispunha a dar em troca.

A escrita surgiu e evoluiu a partir da necessidade de se fazerem registros contábeis para a administração dos escambos (negócios) e para a administração das cidades.

“Chegou-se à escrita por razões essencialmente econômicas. Os produtos da terra (o excedente) eram postos em circulação e uma grande parte deles era destinada como tributo (talvez a primeira forma de impostos) ao deus da cidade.[...] Portanto, eis que surge a necessidade de um sistema de controle e de contabilidade, que foi gerenciado pela poderosa casta dos sacerdotes”
(GIOVANNINI, 1987).

A partir de então, os fatos econômicos (via de regra, todos os fatos terão algum alcance econômico) e a comunicação desses mesmos fatos, com ênfase natural nos aspectos exatamente econômicos (insiste-se, mesmo havendo neles outros aspectos igualmente importantes), se constituíram na origem de novos fatos, que a seu turno, depois de comunicados, geraram novos atos que, somados e comunicados, geraram novos fatos, num processo cíclico, ascendente, acumulativo, acelerado cada vez mais e, finalmente “turbinados” com o surgimento dos multiplicadores da economia.

Assim, o fato, e a comunicação desse mesmo fato, jamais se separaram! E, hoje, ninguém discutirá, que é mais importante a comunicação do fato, do que o próprio fato em si. O que, na verdade, se constitui em uma incongruência que, no entanto é hoje, uma situação definitivamente instalada e de difícil controle.

3-O FATO ECONÔMICO

⇒ O que é um fato econômico?

Será fato econômico, todo e qualquer acontecimento, realmente efetivado, do qual decorram efeitos monetário/financeiros que atinjam, mesmo com intensidade variada, no mínimo, alguma coletividade, independentemente de vontade humana específica.

Um “ato” (ação individual) econômico pode não se constituir em um “fato” (evento que atinge um conjunto de pessoas) econômico. Já um fato econômico gerará, invariavelmente, muitos atos econômicos.

Dependendo de quantos atos desse tipo venha a gerar, estes somados entre si, inevitavelmente se constituirão em outro novo fato econômico.

Um fato econômico poderá ser gerado por um encadeamento de fatos não necessariamente econômicos. Por exemplo, poderão ser de ordem financeira, política ou mesmo fortuitas (catástrofes, fenômenos climáticos, etc).

Entretanto, os fatos econômicos, inexoravelmente, desencadearão outros atos econômicos que, a seus turnos, somados, subtraídos, divididos entre si, aplicando-se-lhes os

multiplicadores da economia, em qualquer sentido, gerarão outros fatos econômicos e assim ciclicamente, acabam formando o que chamamos, hoje, de economia.

Portanto, foram os fatos, exatamente no alcance econômico que tiveram, e a comunicação que foi feita deles, que alavancaram todos os avanços – desde os menos expressivos, até os mais importantes – obtidos pela humanidade, desde o seu surgimento, até aos dias atuais

Ainda no livro de HUBERMAN (1983), há uma descrição das relações entre os camponeses (trabalhadores) e os senhores (Realeza, Nobreza e o Clero), durante os séculos XIV e XV, onde o autor diz textualmente:

“...o mercado (assim mesmo como é entendido nos dias de hoje, especialmente na terminologia do marketing) crescerá tanto que qualquer colheita superior às necessidades (de consumo próprio*) e às do seu senhor (que eram responsabilidade e obrigação dos camponeses*), poderia ser vendida”.*

Assim o camponês percebeu que podia obter dinheiro. Com dinheiro ele pôde substituir (comprar) a obrigação que tinha de prestar serviço braçal (plantar, colher e vender) para o seu senhor. Sem essa obrigação, passou a ter mais tempo para produzir para si. Quanto mais conseguiu produzir, maior foi o excedente que pode vender, e mais dinheiro obteve. Com mais dinheiro, passou a ter maior capacidade aquisitiva e de investimento. Com mais posses e já na condição de investidor, passa a ter influência. Influindo passa a obter vantagens que antes eram inimagináveis. Com estas vantagens, finalmente, o camponês chegou a uma condição, senão de igualdade, posto que os senhores ainda mantinham seus títulos, pelo menos a de paridade, já que dividiam as vantagens com os senhores.

Todos esses eventos, para que se realizassem, tiveram que ser comunicados. Sem a comunicação, o processo não teria sido desencadeado. Tudo partiu da comunicação que algum senhor fez, num determinado momento, a um trabalhador seu, de que estava disposto a aceitar dinheiro em troca dos serviços que aquele trabalhador lhe devia.

Interessante que substituir a obrigação de prestar serviço braçal para o senhor, por pagamento em dinheiro (aspecto econômico), passou a ser entendido como obter a liberdade (aspecto filosófico-social). E, de fato, era o que acontecia. Mas é importante perceber que se tratava de uma liberdade econômica. Nada tendo a ver com a liberdade em sentido filosófico-político-ideológico, como é normal pensar a palavra liberdade, hoje em dia.

Naqueles tempos, não havia a escravidão na forma em que nos acostumamos a entender desta palavra. Existiam os “servos” (que em latim significa exatamente escravo), mas que se diferenciavam, por não existir para eles a condição de uma pessoa ser “propriedade” de outro. Na verdade não existia, porque não era necessário. Os camponeses eram “naturalmente” vinculados a terra, e eram mantidos tão ocupados em trabalha-la, que não lhes sobrava tempo, nem para imaginar outras alternativas de vida.

Foi somente com a possibilidade de substituir o serviço braçal por pagamento em dinheiro, que se iniciou uma abertura econômica (talvez a primeira que a história registra) e que, naquele tempo, ninguém nem suspeitava, levaria a civilização para novos estágios – cada vez mais essencialmente econômicos - da sua evolução.

* Parêntesis deste autor

4-O FATO COMO NOTÍCIA

Um fato, qualquer fato, só passa a ter importância quando é feita a primeira comunicação dele. Enquanto não ocorrer esta primeira comunicação, ele (o fato) simplesmente não existe, ou no máximo, sua ocorrência é puramente inócua. Isto é, não serve para nada! LACAN (1975) definiu: “*o discurso como sendo o que funda e define cada realidade*”.

Um fato em si, incluindo-se naturalmente o fato econômico, é o que é! Não comporta adjetivo de qualquer espécie e é absolutamente, inerte. Qualquer adjetivação e qualquer efeito, só ocorrerão após - ou durante - a comunicação que for feita dele. Um fato terá então, maior ou menor importância, produzirá mais e maiores ou menos e menores efeitos, dependendo da forma como será noticiado e do contexto em que o fato estará inserido.

O que começará a diferenciá-lo para uns e para outros, será a interpretação que cada um fará do fato, tal como (na forma de notícia) terá chegado para ele. Essa interpretação estará ocorrendo já em cima de outra interpretação, que é aquela do comunicador (jornalista) que recebeu a informação em primeira-mão.

O jornalista, a seu turno, recebe a notícia, invariavelmente, de um economista, aquele mais próximo possível da origem do fato em si. Este economista, em tese, possui as informações precisas a respeito das causas que resultaram no fato novo que está informando, e possuirá também uma interpretação e uma expectativa – no caso, a oficial – a respeito dos efeitos que o fato causará.

Veja-se que é perfeitamente possível o economista possuir outra interpretação e outra expectativa, que seria aquela pessoal, construída também por valores culturais, éticos e, evidentemente, não necessariamente coincidentes com a interpretação e expectativa oficial.

Neste ponto, cumpre que se estabeleça o papel extraordinariamente amplo que economistas exercem na vida moderna, em especial em países estropiados como o Brasil. Poucos se perguntam, mas afinal, qual é a fundamentação racional daquilo que os economistas afirmam e nos impõem?

O jornalista, cético como deve ser, leigo como normalmente é, recebe as informações, submetendo-as inicialmente ao seu próprio filtro – crivo – pessoal, mas procurando ser o mais fiel possível ao que o economista lhe passou como informação. Nos casos de repórter realmente leigo, o que ele faz, é simplesmente transcrever as palavras e termos que ouviu – ou recebeu por escrito – do economista-fonte. Isto, em verdade, não é jornalismo, posto que é função do jornalista, exatamente, noticiar os fatos de forma mais acessível ao grande público. Transcrever o que ouviu ou recebeu por escrito, torna dispensável o profissional de comunicação, e pior, não será competente, para informar o grande público, já que este (o público) também não domina as nuances, o ferramental e os termos do jargão “economês”.

5-OS ECONOMISTAS

A partir do seu acontecimento, de que maneira o fato econômico é analisado e interpretado pelos economistas?

O economista se orienta pelos princípios das teorias micro e macro-econômicas. Em micro economia, são enquadrados os fatos relativos aos atos das indústrias, enquanto unidades distintas, ou ainda setoriais. Em macro-economia, enquadram-se os fatos de todos os setores econômicos, com seus entrelaçamentos.

Macroeconomicamente, em uma economia aberta ao mundo globalizado, considera-se o equilíbrio da economia, a partir do Produto Nacional, também chamado Renda Nacional e identificado pela letra “Y”, como sendo igual ao Consumo, identificado pela letra “C”; mais os investimentos, identificados pela letra “I”; mais os gastos de governo, Identificado pela letra “G”; mais as exportações, identificadas pela letra “X”; e menos as importações, identificadas pela letra “M”. O que nos remete à seguinte fórmula: $Y = C + I + G + X - M$. Esta fórmula é, toda e sempre, influenciada pela taxa de juros, e nela encontra-se também o importantíssimo multiplicador da economia.

Os fatos econômicos verdadeiramente significativos para o grande público, tanto podem ser de nível micro-econômico, quando se referem, por exemplo, a empresas ou setores que dizem respeito direto ao público-leitor do veículo de comunicação; e em especial as de macro-economia, quando, de alguma forma, em maior ou menor grau, terá alguma influência direta na vida de todo e cada leitor. É função do jornalista, tornar fácil o

entendimento dos fatos econômicos, utilizando para tanto, a técnica jornalística adequada ao veículo de comunicação de que se utilizará para veicular a notícia.

E, quando o jornalista, de fato não domina o ferramental utilizado pela ciência econômica, ele terá reais dificuldades para entender o encadeamento das causas, e as conseqüências econômicas, de um fato econômico. Também terá dificuldades para fazer perguntas, intimidado pela ignorância de certos dispositivos intelectuais específicos da ciência econômica, e também pela perspectiva de não entender as respostas.

Os economistas, por seu turno, percebem a dificuldade do repórter e, no mais das vezes, procurando explicar de forma não acadêmica, acabam se complicando, correndo o risco de serem – e foram muitas vezes - interpretados equivocadamente, o que os leva, depois de algumas experiências desastrosas, a desistir desta tentativa, tornando-se cada vez mais herméticos e pragmáticos.

Ocorre-me que no futuro, em jornalismo também, os jornalistas serão substituídos. Não por máquinas ou robôs pensantes, mas pelos próprios geradores dos fatos importantes para as comunidades, em geral. Quer me parecer, que as pessoas envolvidas na geração de um fato, serão as mesmas que irão disponibilizar a informação daquele fato, para toda a humanidade. Não será mais necessária, a figura do jornalista. As pessoas envolvidas na geração de um fato, simplesmente, digitarão em um site (talvez o dela própria) o que considerarem importante do fato em que estão participando, e este, imediatamente, estará no ar, disponível para quem quiser acessar.

Instantaneamente, o fato é o que é. E o receptor da notícia recebe-o assim. Em seguida discutirá – e concluirá – sobre a veracidade da notícia. Invariavelmente, concluirá

pela veracidade, ou no mínimo, pela verossimilhança da notícia, em relação ao fato em si. Mas o fato em si, já estará então, internalizado no receptor.

O receptor da notícia, usando então a própria intuição, soma o entendimento que a notícia lhe dá, às outras informações que acompanham a notícia do fato econômico; com outras informações de que disponha, e outras ainda que venha a obter e formulará mentalmente fenômenos* econômicos, que se traduzirão em decisões (pretendidas como preventivas, ou oportunas), que se tornarão atitudes e procedimentos, com as quais produzirá conseqüências (atos) para outras pessoas, que por seus turnos, reagirão igualmente, produzindo (outros atos) conseqüências para outras pessoas, que reagirão igualmente... assim por diante, num encadeamento, sem dúvida importante, posto que estará interferindo, sistematicamente na economia que, idealmente, até poderia ser um processo contínuo, ascendente, progressivo, normal, sem solução de continuidade, a exemplo do que vem ocorrendo nos Estados Unidos da América (EUA), nos últimos 15 anos.

O encadeamento acima descrito ganha mais consistência e maior importância, conforme a quantidade de pessoas acionadas pela notícia de um mesmo fato econômico (mesmo que noticiada por veículos distintos). As decisões tomadas em caráter preventivo – necessárias ou não – imediatamente começarão a produzir suas conseqüências. O conjunto das pessoas passa a ser então, causa, sujeito e fim das conseqüências da notícia do fato econômico, o que as torna irresponsáveis em relação ao fato e, mais importante, torna o fato em si, absolutamente, imponderável em suas conseqüências.

Nos casos das decisões individuais, tomadas em caráter preventivo que, posteriormente, se revelem terem sido desnecessárias, as conseqüências geradas terão sido,

igualmente, desnecessárias, mas já aconteceram, e já produziram suas conseqüências, com todo o prejuízo que causará para uns, e lucro que terá gerado para outros.

Considerando os multiplicadores da economia (impossível de serem desprezados), essas conseqüências, energicamente, se avolumam (na medida em que mais pessoas estarão tomando as mesmas – ou semelhantes – decisões) de tal forma que, contudentemente, se refletirá na economia, em seu todo. E é bom, necessário, e definitivo, que seja assim? Será que a economia não poderá jamais, simplesmente, seguir um curso normal, ascendente, planejado e controlado? Até que ponto, a imprensa é responsável pelas mazelas econômicas?

6-O PAPEL DA IMPRENSA

⇒ O que há de errado no atual tratamento jornalístico do fato econômico?

Um primeiro aspecto negativo emerge da própria característica da produção jornalística, que é a de ser em serie, elaboradas industrialmente, transmitidas por canais comerciais e regidas pela lei da oferta e procura.

Tudo virou “conhecimento”. Mas é verdade que se trata de conhecimento?. É verdade que mesmo maluquices pseudo-científicas, especulações econômico-financeiras, misticismo, religiosidade, terapias florais, e todo o resto de uma lista de picaretagens, que a cada dia se alonga, têm direito de receber veiculação pública?

Não há motivo para se sustentar que qualquer opinião, perspectiva, ponto de vista, especulação, etc., seja dotado de modo automático, do direito de propagação, meramente pelo motivo de ter sido expressa por alguém. Não há nada de democrático nessa liberalidade indiscriminada. Ao contrário, é altamente anti-democrático, por que trabalha contra o esclarecimento das pessoas, portanto, em favor da sua dominação e submissão aos poderes que as oprimem.

Uma das causas é a disseminação do vale-tudo intelectual que situa no mesmo nível de respeitabilidade terrenos tão dessemelhantes quanto a física e a psicologia, a química e a sociologia, a biologia e a religião, a economia e o misticismo. Se no imaginário geral a física e a psicanálise se situam no mesmo patamar cognitivo, nesse patamar abre-se também espaço para pirâmides energéticas, por exemplo. Tal vale-tudo recebe em filosofia o nome de relativismo. De modo simplificado o relativismo postula que a verdade não

existe. Que as proposições formuladas pelo ser humano, são apenas validas no âmbito de uma comunidade que compartilha os mesmos valores básicos. Com isso, nada é verdadeiro. Mas, também, tudo é verdadeiro, porque é verdadeiro no seio de uma comunidade. Isto se traduz em um pretenso direito de expressão, de qualquer um, à respeito de qualquer coisa. Também se traduz pela ausência do debate, porque quanto tudo é válido, a crítica passa a ser encarada como coisa de mau-gosto.

Outra causa é a disseminação do vale-tudo pragmático, fruto do liberalismo econômico. Como o liberalismo afirma a precedência do interesse individual sobre qualquer outra consideração, aquilo que fundamenta as opiniões deixou de ser a argumentação racional, para se tornar mero instrumento para se atingir fins materialmente dados. Não importa a base de uma opinião! Pois isso não é mais importante. O que importa é o fim a que essa opinião serve, ou pretensamente serve. Nesse clima o processo de debate deixou de se travar no território da racionalidade, transferindo-se para o das intenções atribuídas ao interlocutor, ou o que é dizer o mesmo, todo o discurso passou a ser encarado como mera propaganda.

Acontece que um dos direitos fundamentais do homem é o direito à informação. Ora... rigorosamente, a palavra informação pressupõe complementos como honesta e correta, que é, ou deveria ser, um direito fundamental do homem, ser protegido de informação enganadora ou mistificadora. É obvio que não se conseguiria estipular, de antemão, qual informação é correta, e qual é incorreta. Isto sequer serviria ao interesse do ser humano, uma vez que semelhante estipulação, implicaria a supressão de especulações de validade duvidosa, mas que podem, com o tempo, vir a se demonstrar construtivas ou úteis. Contudo isso não significa que seria impossível aquilatar, com a possibilidade de

errar claro, se o tipo de informação é, ou não, formulada honestamente. Quem pode determinar isto? Não, certamente, um referendo popular, uma pesquisa de instituto de opinião ou recurso ao mercado. Mas consensos criados em determinados seguimentos sociais dotados do poder consensual, de suprimir o que não é aceitável. Por exemplo: Se algum grupo é dotado da autoridade de decidir sobre questões relacionadas à biologia, à origem da vida, e etc., esse grupo é formado pela comunidade científica e filosófica. Essa comunidade, bem como outras que lhes sejam subsidiárias, como a dos editores de livros, os responsáveis por editorias jornalísticas, teria não apenas o direito, como o dever, de reprimir a veiculação de propaganda religiosa, anti-científica.

A tragédia é que, cada vez menos, a sociedade reconhece as prerrogativas dos grupos de saber que a compõe. Notícias são veiculadas, obtidas de fontes nem sempre reconhecíveis, tratadas quase sempre sob a pressão do tempo escasso, obedecendo a interesses econômicos francamente nítidos, mas que surgem protegidas por uma espécie de entendimento tácito entre todos, emissores, receptores intermediadores, etc.. Mais ou menos na linha de: “Eu faço de conta que não percebo as manipulações, e eles fazem de conta que produzem notícias sérias”. E ninguém se importa, de verdade, com nada. Das notícias se tira apenas a essência. Isto é, apenas o fato. As informações adicionais, complementares, passam a ser apenas figura de retórica. O que resulta em uma imprensa fraca, subalterna, suja e muito pobre, inserida numa sociedade que acaba incorporando essas mesmas “qualidades”.

Uma sociedade monta o seu futuro a partir de imagens que se formam em seu seio, quanto àquilo que é factível ou desejável. Mas para que o modelo de futuro seja razoável e não fantasioso, é necessário que se fundamente em aquilatações sensatas da

realidade. Não é muito difícil concluir que se a realidade é cada vez mais encarada através de filtros informativos enganadores e ou mistificadores, a montagem do futuro resulta correspondentemente irreal.

Nisto terá sido crucial o papel desempenhado pelos organismos e indivíduos responsáveis pela veiculação da informação. Durante séculos entendeu-se que estes organismos e indivíduos tinham determinadas responsabilidades, mesmo se ignoradas ou alternativamente contestadas pelo conjunto social. Parece que, cada vez mais, estão sendo ignoradas.

7-O CARÁTER CIENTÍFICO DA ECONOMIA

O caráter científico da economia, portanto as suas relações de causa e efeito, de imediato, recomenda que a notícia do fato econômico seja tratada com mais cuidados e critérios. No jornalismo científico, um fato somente é levado ao conhecimento do grande público, depois, e somente depois, de efetiva e exaustivamente comprovadas suas causas e efeitos. Em economia, é até sempre muito fácil, provar as causas. Mas sempre haverá graves discordâncias – e invariavelmente haverá grandes erros - sobre os efeitos.

Disto, distingue-se apenas o jornalismo científico, que não abre mão do tipo de abordagem que faz – coleta, seleção, controle, tratamento técnico e então, e só aí, o tratamento jornalístico – das notícias sobre os fatos dos diferentes campos das ciências, antes de divulgá-las.

Isto é absolutamente incompatível com o *timing* adotado pelos veículos de comunicação de massa, para a notícia econômica. Em geral o jornalismo não especializado, passa da coleta, para o tratamento jornalístico e daí para a publicação.

Burkett, W, Professor de Jornalismo Científico na Universidade do Texas – Austin conceitua: “*Escrever sobre ciência é olhar de modo mais amplo para os aspectos sociais e econômicos dos fatos das outras ciências*” (BURKETT, 1990).

Entende-se, portanto, que escrever sobre ciência é pensar os fatos das várias ciências à luz – ou pelo foco – de duas determinadas ciências (sociologia e economia).

Isto sugere então que, escrever sobre sociologia e economia, certamente implicará em considerar os outros aspectos científicos, sejam quais forem, neles implícitos. Tudo está, de certa forma, entrelaçado. Portanto, textos só serão eficientes, se contemplarem “todos” os aspectos implícitos nos fatos que relatam.

A abordagem do Jornalismo Científico, com mais critérios, demanda um tempo, que a notícia econômica, nem de perto, esta disposta a esperar. A notícia econômica quer chegar o mais rápido possível. O ideal – dentro das redações - será sua chegada aos destinos, no mesmo instante, em tempo real, do acontecimento em si. Uma analogia pertinente e recente, é a imagem do repórter Peter Arnett, da Rede CNN, ao lado de uma antena parabólica, no topo de um edifício no centro da Cidade de Bagdá, transmitindo para o mundo inteiro, os últimos acontecimentos – em tempo real – da guerra do Golfo, entre os aliados e o Iraque.

É preciso verificar que o repórter relatava a destruição que a artilharia aérea dos aliados estava causando na Cidade de Bagdá. Talvez, fatos dessa natureza mereçam mesmo uma transmissão em tempo real. Particularmente, acho discutível, mas não cabe discuti-lo aqui. O importante para a analogia que estabeleci, é que o trabalho daquele repórter foi muito comentado e glorificado, no mundo inteiro, de certa maneira influenciando os jornalistas, mesmo o de outras áreas, para uma performance semelhante.

8-OS “SENHORES” DA IMPRENSA

É claro que a notícia não tem vontade própria. Na verdade, e em última instância, quem quer fazer chegar a notícia - e já especialmente, em seus aspectos mais econômicos - o mais rápido possível, (além, é óbvio, de interessados diretos) são os veículos de comunicação, em especial os jornais diários; os televisivos na frente, e os impressos em seu rastro (havendo interessados diretos - e sempre haverá - estes se encarregam de aciona-los). E isto ocorre, oficialmente, em nome do que se convencionou chamar de missão jornalística.

Os repórteres, buscando o mérito da primazia na divulgação da notícia (o que se enquadra na tentativa romântica de buscar o velho, batido, e em economia, extremamente discutível, “furo” jornalístico), no mais das vezes, estarão apenas correspondendo à interesses (econômicos) particulares.

“Interessados diretos” é como se pode denominar um capítulo indispensável ao tema discutido neste trabalho. Serão, em instância final, as empresas e os governos. Em relação as empresas, Sir Edward Coke – Jurista do Século XVII, conceituava: *“Elas não podem cometer traições, nem ser proscritas ou excomungadas, pois não têm alma”* (SAMPSON, 1996).

William Hazlitt – ensaísta – em 1824, afirmava:

“Os organismos empresariais são mais corruptos e devassos que os indivíduos, porque têm mais poder para fazer o mal e são menos receptivos à desgraça ou à punição. Não sentem vergonha, remorso, gratidão, nem benevolência” Hazlitt

concluirá finalmente que o homem de empresa *“Perde de vista, aos poucos, todo senso comum e sentimento...”* (SAMPSON, 1996).

Se as empresas não possuem alma, nem corpo, da mesma forma que não sentem vergonha, remorso, gratidão ou benevolência, é de se imaginar que, também, não teriam razões para serem cruéis, pérfidas, dolosas, enfim capazes de ignorar, senão afrontar, princípios e valores que servem aos humanos. Inclusive, até porque, quem as dirige e as movimenta, são exatamente os homens, e o fazem, em tese, para o próprio homem!

Há registros de que foi assim, pelo menos em parte, no passado. A Companhia das Índias Orientais britânica, fundada em 1600, era uma sociedade anônima, que tinha entre seus acionistas, donos de navios, mercadores e bucaneiros, representados por um conselho de diretores; já era uma multinacional, pois tinha boa parte das suas ações entre holandeses e outros estrangeiros.

Em seu auge, a sua influência comercial, bem como a cultural, era ampla e penetrante. Já no Século XIX, parecia quase um estado soberano. Montara seu próprio exército e administrava boa parte da Índia. Em sua trajetória, testemunhou o nascimento e desaparecimento de várias nações menores que ela. Ainda, no final da sua existência, administrava, sem muito lucro, o subcontinente, até que se extinguiu, como consequência de um motim indiano, em 1857, depois de 259 anos de vida.

Durante sua existência, contratou escritores e estudiosos que podiam prosperar em seus empregos sem ter que abandonar a atividade intelectual. Lá trabalharam James e John Stuart Mill, Thomas Love Peacock, Charles Lamb, e outros. Dedicavam à empresa, algumas horas por dia, por exemplo, entre as dez e as quatro horas do dia. Charles Lamb inclusive ironizava quando questionado por chegar tarde. Respondia que compensaria

“saindo mais cedo”. James Mill dizia que embora “*o negócio seja bastante trabalhoso, é altamente interessante para mim. É a própria essência do governo interno de 60 milhões de pessoas com quem tenho que lidar*” (HUBERMAN, 1983).

Seu filho, John Stuart Mill, foi mais eloqüente ainda. Dizia que os seus deveres no escritório era um descanso para as outras ocupações mentais que realizava, simultaneamente, a elas (John Stuart escreveu boa parte das suas grandes obras – *System of Logic e Principles of political economy* – nas horas de trabalho). Em sua autobiografia, no capítulo 3, diz, textualmente:

“Eram (as atividades no escritório) suficientemente intelectuais para não se constituir em atividade enfadonha e desagradável, sem no entanto causar nenhuma pressão sobre os poderes mentais de uma pessoa acostumada ao pensamento abstrato, ou ao trabalho da composição literária cuidadosa” (SAMPSON, 1996).

Mas, também já naquele tempo, surgiram as primeiras manifestações sobre os malefícios de uma organização multinacional, como a que foi feita por Charles Lamb, em carta enviada ao seu amigo William Wordsworth, em 1815, onde afirmava:

“A confusão arruína todas as transações mercantis, todo tráfico, troca de produtos, intercâmbio entre nações, toda a conseqüente civilização e riqueza e amizade e elo da sociedade, e superação dos preconceitos e conhecimento da face do globo” (SAMPSON, 1996).

Na década de 1880, os grandes trustes americanos de carvão, ferro, aço e petróleo tinham solidificado o poder de um punhado de empresários. DREISER (1928) alertava que:

“Estava crescendo um sentimento de que no topo havia um grupo de gigantes – Titãs – que, sem alma nem coração, e sem nenhuma compreensão ou simpatia pela condição do povo, estavam decididos a acorrenta-lo e escravizá-lo”.

Diariamente, às 11:00h, os principais sócios da *Standart Oil* (Esso, depois), reuniam-se no 15º andar do edifício sede, onde *“trocavam-se opiniões, discutiam-se diretrizes, faziam-se e desfaziam-se repúblicas e impérios”* (SAMPSON, 1996).

O poder monopolista dos grandes trustes logo sofreu ataques ferozes. Em 1890, o *Sherman Anti-Trust Act* foi aprovado para limita-lo [...] em 1911, ocorreu o histórico julgamento da corte suprema, a qual declarou que *“o próprio gênio para o desenvolvimento e a organização comercial [...] logo gerou a intenção e propósito de excluir os outros”* (SAMPSON, 1996).

E coisas muito mais graves, sobre as grandes empresas, multinacionais, vieram a público, no decorrer dos tempos: John Henry Patterson, de Daytona-Ohio foi, talvez, o primeiro dos grandes vendedores que se notabilizariam nas décadas que se seguiram. Patterson imaginou uma ação, no mínimo, maquiavélica. Ele tinha entre seus *trainees*, Tom Watson; um jovem ambicioso, embora puritano, filho de um agricultor imigrante escocês-irlandês, que vinha se revelando como o maior sucesso em vendas, da região. Patterson planejou abrir uma empresa nova, ostensivamente independente, para competir com as rivais da NCR.

Através desta nova empresa, decidiu descobrir os segredos das concorrentes, boicota-las e depois compra-las barato. Patterson confiou esta missão a Tom Watson, que executou a estratégia, muito competentemente. Em 1912, trinta homens da NCR, entre eles, Patterson e Watson, foram indiciados por restrição da livre concorrência e manutenção de

monopólio, por um promotor que comparou seus métodos ao de salteadores mexicanos - o caso foi infinitamente adiado

Hitler intimidou, engambelou e adulou os industriais alemães para sustentar a sua máquina de guerra. A maioria das grandes empresas germânicas, entre elas IG Farben, Thyssen e o Deutsche Bank, foram persuadidas a financiar sua campanha eleitoral de 1933; umas poucas resistiram, como Siemens, AEG e inicialmente a Krupp, a mais poderosa de todas. Mas logo todas cerraram fileiras, e a Krupp veio a ser a mais valiosa aliada de Hitler: suas fábricas em Essen transformaram-se em seu arsenal, os vendedores, em seus espões, e seus executivos se entrosaram com a SS.

Em troca, a Krupp pôde estender seus braços por toda a Europa ocupada e fazer funcionar suas fábricas com escravos do Leste. O ápice das benesses obtidas pela Krupp, pode ser considerado a chamada Lex Krupp, promulgada por Hitler em 1943, que permitia a perpetuação da direção da empresa, à dinastia da família Krupp.

Mas o traço mais preocupante da indústria alemã da época da guerra não foi tanto a ditadura do patrões quanto a aceitação dela por milhares de gerentes comuns que organizavam atrocidades - trabalho escravo, extermínios e traições constantes - como se isso fosse perfeitamente normal.

9-OS JORNALISTAS

A imprensa, à quem cabia o papel de denúncia, de provocar indignações e, quem sabe, até de organizar as reações, deixa-se ludibriar pelos encantos da fascinante “Liberdade de Expressão”; embalada pela encantadora idéia (agora vemos que incompleta) de “democracia”, ainda passando pela questão ética, inequivocamente sempre comprometida, em toda a história do jornalismo, acaba por eclipsar-se do processo histórico:

“...imprensa, a igreja e as autoridades públicas lambiam as botas dos novos magnatas, que se comportavam como se a vida de uma grande e vigorosa metrópole dependesse apenas deles” (DREISER, 1929).

Firma-se assim, que nem de perto, a pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social. Lipovetsky eficientemente conceituou, a imprensa e os meios de comunicação de massa, hoje, como não passando de meros instrumentos de grupos de interesses específicos. Foram, e continuam sendo, o grande vilão da degradação da esfera pública! (GOMES, 1998).

Também, é preciso ter em mente, que mesmo para pessoas sensatas, de boa vontade, boa formação acadêmica, nem sempre é imediatamente claro o modo de aplicar os princípios e as normas éticas a casos específicos. Sempre serão necessários reflexão, diálogo e debates.

Ressurge então, a questão da disseminação do vale-tudo pragmático, fruto do liberalismo econômico. Como o liberalismo afirma a precedência do interesse individual sobre qualquer outra consideração, aquilo que fundamenta as opiniões deixou de ser a

argumentação racional, para se tornar mero instrumento para se atingir fins materialmente dados. Não importa a base de uma opinião! Pois isso não é mais importante. O que importa é o fim a que essa opinião serve, ou pretensamente serve. Nesse clima o processo de debate deixou de se travar no território da racionalidade, transferindo-se para o das intenções atribuídas ao interlocutor, ou o que é dizer o mesmo, todo o discurso passou a ser encarado como mera propaganda. Portanto algo que não se precisa levar a sério em sua literalidade.

A globalização dos mercados, aspiração humana desde os primórdios da humanidade é, ainda neste início do Século XXI, dependente da globalização da informação e comunicação.

A informação “comunicada”, além de ser o suporte essencial, por exclusivo, ao processo de integração dos mercados, é também muito competente no provocar a troca de idéias e posições (espontânea e natural) entre pessoas, espalhadas pelos vários países, promovendo um verdadeiro intercâmbio de valores éticos comuns, levantando questões, por exemplo, relativas ao caráter excludente, nada humanístico, do pensamento neoliberal de globalização, que contempla nefastas conseqüências sociais e, por que não dizer, também ecológicas.

Emoldurando o quadro acima, teremos a questão da situação dos jornalistas, primeiro no que se refere à sua formação acadêmica e intelectual, e depois, atuando dentro, e pelos, veículos de comunicação de massa.

Os veículos de comunicação, compostos por pessoas cada vez mais ignorantes, egressas de um sistema educacional que não sabe para que existe, e que perdeu o norte à respeito do que ensinar, produz profissionais senão péssimos, no mínimo medíocres. O indivíduo cuja base de conhecimento elementar é insegura, é um indivíduo crédulo. Essa credulidade,

quando em pessoas responsáveis pelo tratamento da informação destinada à sociedade como um todo, têm um efeito multiplicador, cuja importância não se pode minimizar.

Por outro lado, neste início do Século XXI, é nítida a existência de um forte movimento dos profissionais de comunicação, para a democratização da informação. Isto, mais uma vez na história, se insere no contexto do objetivo pensado para a atuação da imprensa, apontado na afirmação de BALZAC (1999), registrada no início deste trabalho.

Já os empresários da área de Comunicação, fazem o mesmo discurso que, entretanto, não se confirma nas atitudes, até porque não se encaixa, nem nos atos de comando interno, como bem sofrem os jornalistas, nem na própria característica empresarial (objetivo de lucro) de que se revestem as suas respectivas empresas.

As notícias são produzidas a partir de fatos gerados pelas empresas, tendo na linha de frente as multinacionais; pelos governos; por comunidades especializadas (corporações de médicos, engenheiros, advogados, executivos financeiros, de *marketing*, metalúrgicos e de outras atividades); por grupos de interesses específicos (igrejas, homossexuais, aidéticos, portadores de deficiências, esportistas, intelectuais, etc.), cada um voltado para a defesa dos seus próprios interesses, ainda que existam e atuem na produção de algum benefício para a sociedade em seu todo.

O benefício produzido por qualquer das fontes é facilmente percebido. O que é mais difícil de perceber são os malefícios que, eventualmente, produzam.

Em relação às empresas, e considerando as multinacionais, verifica-se que se trata de estruturas praticamente inexpugnáveis, cercadas por uma muralha de dispositivos que impedem o acesso de “invasores”, protegendo e reforçando um sigilo que, eventualmente, lhes dará um acréscimo de valor ao que produzem. Evidentemente, haverá

aspectos sobre os quais estabeleça-se o sigilo, e este não estará acobertando ações e objetivos ilícitos. A questão que se impõe, é a de quando o sigilo deixa de ser apenas um fator de valoração de produtos, e assume o caráter de promoção e perpetuação de malefícios que, obviamente sempre será, em instância final, contra a sociedade em seu todo.

O laboratório farmacêutico suíço Hoffman-La Roche foi flagrado e denunciado por um de seus funcionários, por estar infringindo as regras de uma concorrência sadia, mediante ações que visavam a eliminação dos seus concorrentes. Não se sabe quais foram as conseqüências para o laboratório. Mas sabe-se que o funcionário denunciante foi detido, encarcerado e efetivamente arruinado(?).

A ITT, que chegou a ser o maior conglomerado americano, em 1970 já tinha quatro companhias separadas que operavam em setenta países diferentes, exercendo uma influência preocupante, pois havia criado uma estrutura praticamente independente, que existia e agia fora do alcance de qualquer dos países onde atuava. A ITT temia que a companhia telefônica chilena, seu maior negócio na América Latina, fosse nacionalizada, se o socialista Salvador Allende chegasse ao poder. Em março de 1972 vazou da correspondência da ITT, uma ação conjunta da empresa com a CIA, a fim de proteger o negócio da empresa no Chile. Muito tempo depois, uma Comissão de Investigação do governo americano revelou que a ITT tinha gasto um total de 8,7 milhões de dólares em atividades ilegais em todo o mundo(HUBERMAN, 1983).

Outras multinacionais também foram flagradas em atitudes e objetivos nada louváveis. A crise do petróleo de 1972, acabou por trazer à luz, a hegemonia claramente exploratória e a forte influência política, das companhias de petróleo – as chamadas,

sintomaticamente, de as “Sete Irmãs” – para intimidar governos, em particular o de seu próprio país de origem. Elas tinham se organizado em verdadeiras “gerentes do mundo”. Subornaram partidos políticos, reis, príncipes e executivos de outros grandes conglomerados industriais, as vezes, com o apoio e estímulos do próprio governo. Seus executivos andavam pelo mundo, caçando freneticamente as encomendas com as quais sustentariam suas fábricas, temendo que alguém estivesse oferecendo suborno maior.

Estes e outros casos de verdadeiro abuso de poder econômico, acabaram por ensejar a criação de um órgão de investigação específico, nos EEUU, a Sub-comissão sobre Empresas Multinacionais, presidida pelo senador Frank Church. Foi esta comissão que descobriu as ações reprováveis da ITT e das companhias de petróleo, pelo mundo, revelando o lado perverso das atividades dessas empresas.

Em 1975, a Sub-comissão voltou-se para o que os bancos internacionais estariam fazendo com os imensos depósitos de dinheiro árabe, com o qual, seguramente, poderiam influenciar políticas externas, seja de governos ou de outras empresas, todos seus clientes. Os grandes banqueiros se recusaram a revelar depósitos individuais e foram a Washington para tentar deter os depoimentos. Interessante que pouco tempo depois, a comissão Church se desfez.

Portanto, mantém-se atual as palavras de Sir Edward Coke – Jurista do Século XVII: “*Eles (as empresas) não podem cometer traições, nem ser proscritas ou excomungadas, pois não têm alma*”. (HUBERMAN, 1983). Lord Thurlow – presidente da Câmara dos Pares – Século XVIII: “*As empresas não têm corpos para serem punidos, nem alma para serem condenados e, portanto, agem como bem entendem*” (HUBERMAN, 1983). William Hazlitt – ensaísta – 1824, disse:

“Os organismos empresariais são mais corruptos e devassos que os indivíduos, porque têm mais poder para fazer o mal e são menos receptivos à desgraça ou à punição. Não sentem vergonha, remorso, gratidão, nem benevolência”

(HUBERMAN, 1983).

Hazlitt concluirá que neste quadro, finalmente, o homem *“Perde de vista, aos poucos, todo senso comum e sentimento...”* (HUBERMAN, 1983). Os homens, especialmente os que vivem instalados nas grandes cidades, e principalmente aqueles que movimentam-se entre conferências e negócios internacionais, estão perdendo, cada vez mais, o seu norte. Para eles, a palavra “comunidade” não significa mais uma vizinhança ou bairro, mas um grupo de especialistas, cujos laços são estabelecidos por conhecimentos e habilidades em vez de fronteiras. Passam a ter mais interesses em comum com os colegas, mesmo distantes, do que com a maior parte de seu próprio povo, que assim vai ficando para trás. Cada vez mais, na economia global, o homem se interessa menos pelo desempenho, potencial e sorte de seus compatriotas menos afortunados.

10-“A RAPOSA TOMANDO CONTA DO GALINHEIRO”

Aqui nos deparamos com o ponto crucial, real, concreto, da questão que se quer discutir. As empresas de comunicação são, em primeira e última instância, empresas. Como empresas, definitivamente, estão voltadas para o lucro. Com esse objetivo, obviamente, não é razoável esperar delas senão um comportamento coerente com o seu real objetivo, o que, de pronto, invalida-a como agente ético para a missão de informar.

Grosseiramente, perversamente, as empresas de comunicação agem, na ponta de todo o iceberg representado pelas empresas em geral. Pontuam cinicamente que a missão de informar é responsabilidade do jornalista. E que ela, modestamente, é apenas o meio pelo qual os jornalistas cumprem sua missão. E que a qualidade da informação, será mérito e responsabilidade apenas dos jornalistas.

Devemos entender que as notícias econômicas então, não deveriam ser veiculadas imediatamente ao fato a que se referem?

Não veicular a notícia dos fatos econômicos imediatamente, será privar o grande público das oportunidades, tanto de evitar prejuízos, quanto de obter ganhos, privilegiando assim, monetariamente, aqueles que tiverem acesso a essas informações. Isto, de certa maneira, sempre aconteceu, e é o verdadeiro responsável pelas vantagens financeiras que ora beneficiam uns e ora beneficiam outros, sempre muito poucos, que assim constroem fortunas, distinguindo-se da massa do grande público.

Uma primeira análise das notícias econômicas, nos jornais, também confirma o privilegiar de alguns poucos, em detrimento de muitos outros da massa do grande público.

Por exemplo, todos os dias, os jornais em geral informam seus expectadores/leitores sobre “quedas” e “altas” nas Bolsas de Valores, pelo mundo. E é primário, que em Bolsas de Valores, quedas e altas somente são assim entendidas, quando se referem à uma serie minimamente demorada de valores descendentes (em baixa), ou ascendentes (em alta). Variações diária das cotações são da praxe dos pregões das bolsas de valores, e não significam, necessariamente, que tenha ocorrido uma “queda”, ou uma “alta”, no valor de determinada ação, ou do índice geral da Bolsa em questão.

Entretanto, um integrante qualquer do grande público, invariavelmente leigo, ao ouvir de um noticiário de televisão que “as bolsas, pelo mundo, estão em baixa” tomar-se-á, de imediato, de apreensão em relação aos próximos acontecimentos na economia, entrará em estado de sobre-aviso e muita cautela; sê possível protelará projetos e investimentos (especialmente àqueles que faria em ações cotadas em Bolsa. Talvez até os cancele definitivamente), esperando melhores – e outras - oportunidades para os seus atos financeiros/monetários.

Isto, evidentemente, significa um prejuízo específico para o setor financeiro, que não terá mais a entrada e circulação daquele dinheiro, com evidentes conseqüências que se estenderão pela economia em seu todo.

É fácil argumentar, por óbvio que é, que não entrando para a área financeira, aquele dinheiro disponível para investimento, irá para algum outro setor da economia, onde circulará, produzindo os mesmos (???) efeitos da aplicação no mercado de ações.

Contra-argumentos vencedores, onde se conclua que, no final das contas, o melhor era que o dinheiro fosse, de fato, para o mercado de ações, faz surgir, naturalmente, o entendimento

de que o poder público, isto é, as autoridades da área econômica, poderiam implementar políticas que estimulassem o investimento em bolsa.

Neste caso, é preciso ver, que políticas específicas para estimular o que quer que seja, implicará custos adicionais que, objetivamente, diminuirão a produtividade para a economia, dos investimentos obtidos através daquele recurso.

Os veículos – e todos os profissionais – da comunicação sabem que a notícia econômica interessa a toda a comunidade, na medida em que, invariavelmente, produzirá efeitos que atingirão, em maior ou menor grau, à todos, ou à quase todos. E todos querem se prevenir para evitar prejuízos, ou em sentido contrário, para obterem algum ganho, se isto lhes for possível.

11-CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chega-se à conclusão, de que a notícia do fato econômico, necessita ser tratada a partir de dois critérios muito específicos, a saber: primeiro, torna-se imperioso o domínio por parte dos jornalistas, do ferramental técnico-científico utilizado pelos economistas; segundo, impõe-se a necessidade de se elaborar dispositivos, pelos quais os jornalistas possam exercer o seu direito - e obrigação - de escrever e publicar, exatamente, como os fatos lhes surgem. Isto é, isentos da contaminação por interesses econômicos, deste ou daquele indivíduo, grupo de indivíduos, empresas ou governos.

A notícia do fato econômico precisa, antes de qualquer coisa, passar pelo crivo da realidade efetiva, já acontecida ou que se trata apenas de uma mera ação mercadológica. Ação mercadológica aqui entendida como atos cometidos apenas no sentido de atender um determinado interesse econômico.

Se empresas, por sua característica principal, se constitui em instrumento aético para a finalidade de comunicação, então não deve ser dela o direito de comunicar os fatos importantes para a vida da comunidade. Esta afirmação não pode ser pensada sob a égide da "Liberdade de Expressão". Elas (as empresas de comunicação) já abusaram demais dessa égide e, pior, trata-se de um abuso permitido pela ingenuidade das pessoas ao pensar e tratar assuntos sob tal égide.

É simples e cristalino, que Liberdade de Expressão para a finalidade de comunicar algo a alguma coletividade, deveria ser competência exclusiva de jornalistas. E estes, para exercerem tal função, além de comprovarem efetiva formação específica,

deveriam também apresentar arcabouço intelectual, absolutamente humanista e de caráter altamente cívico.

Este é o perfil, e nem é preciso fazer qualquer estudo mais aprofundado para perceber-lo, na maioria dos profissionais que fazem o jornalismo, no Brasil. É claro que não estou me referindo aos “medalhões” e às exceções da imprensa. Estes, possuem ainda outras características que os distinguem primeiramente, sem que no entanto signifique que não possam ter também àquelas qualidades. Apenas verifica-se que o que prevalece na imagem deles, são outras características, nem tão importantes, do ponto de vista ético, mas seguramente plenos, do ponto de vista estético e ou econômico.

Washington Novaes, jornalista, reconhecido nacional e internacionalmente por sua enorme estatura profissional, exemplo do perfil a que me referi acima, proferiu palestra em um seminário sobre televisão, no Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro, no final da década de 80, onde, a certa altura, afirmou: *“Jornalista, para exercer sua função, deveria ser eleito pela comunidade à qual serviria”*

A Internet, no rastro da informatização, parece sugerir que uma nova revolução está, apenas, se iniciando.

A vertiginosa evolução da informática, somada ao vertiginoso crescimento da Internet, está indicando que estamos num momento decisivo, parecido com aquele nos Séculos XIV / XV, em que o camponês percebeu que podia substituir (comprar) a prestação de serviços que devia aos senhores, por dinheiro. Hoje, de certa forma, começa a ser possível o acesso à informação privilegiada, isto é, àquela informação que agrega valor à alguma coisa. E interessante, é que os fatos que estão desencadeando esta nova realidade, em nada são oriundos da Política. É puramente econômico e de comunicação (aqui

incluídos os avanços tecnológicos tanto nas telecomunicações, quanto na simples informatização)!

Assim, quer parecer que, nos encaminhamos para o entendimento de que as comunicações – onde a imprensa é apenas parte e, infelizmente, a parte mais retrógrada - esta se desenvolvendo no sentido da sua mais intrínseca vocação, que é a de “nivelar o globo”

Curiosamente, é de se concluir que mais oportuno e valioso do que um Curso de Especialização em Economia para Jornalistas, seria um Curso de Especialização em Jornalismo para Economistas. Ao invés de tentar habilitar profissionais de verve essencialmente humanista, em cuidados criticamente científicos, e pior, matemáticos, melhor será, habilitar profissionais treinados nas artes econômicas e matemáticas, em cuidados humanísticos, cívicos e filosóficos que, em tese, lhes serão já intrínsecos, apenas que, na maioria dos casos, estarão adormecidos.

BALZAC (1999), na mesma monografia citada no início deste trabalho, cunhou uma outra frase lapidar, que encerra uma perspectiva que já se delineia, ainda que tênue, no horizonte, que é: *“A imprensa não precisaria ser inventada”*, se não existisse. Ora, a simples racionalidade impõe, que se não é necessário, será puro desperdício.

Na outra ponta da mesma linha de raciocínio, também começa a se delinear, também tênue, a perspectiva da necessidade de uma qualificação humanística e de comunicação, para os economistas. Algo tão óbvio, quanto adotar o princípio ético de que o homem e a comunidade humana devem ser a finalidade e a medida para as ações econômicas.

12-BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BALZAC, Honoré de. **Os jornalistas**. Tradução João Domech. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999. 159 p.

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990. 229 p. Cap. 1: O que é redigir ciência ?.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995. O consumo serve para pensar, p. 51-69.

DREISER, Theodore. **A book about myself**. London: Constable, 1929. p. 417.

_____. **The Titan**. London: Constable, 1928. p. 395.

GIOVANNINI, Giovani. (Coord.). **Evolução na comunicação**: do sílex ao silício. Tradução de Wilma Freitas Ronald de Carvalho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. 374 p

GOMES, Wilson. Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.), BENTZ, Ione Maria Ghislene (Org.), PINTO,

Milton José (Org.). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 186 p.

HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. Tradução de Waltenser Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1983. 318 p.

LACAN, J. **Mais, ainda**. [S.l.], 1975. p. 45. (Seminário, 20).

MACLUHAN, M. **La galassia Gutemberg**. Roma, 1981. 112 p.

SAMPSON, A. **O homem da companhia**: uma história dos executivos. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 411 p.

SANT'ANNA, Ivan. **Armadilha para Mkamba**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998. 107 p.