

FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO¹

PERSONAL FINANCE AND ECONOMIC JOURNALISM: REFLECTIONS ON THE SCARCITY OF THE THEME IN THE PAGES OF FOLHA DE S.PAULO NEWSPAPER

Eduardo RITTER²

Universidade Federal de Pelotas | Brasil

Resumo

Dados do *Programme for International Student Assessment* (PISA), (Pisa) apontam o Brasil como um dos países com maior índice de analfabetismo financeiro. Isso ajuda com que a cultura da dominação apontada por Weber (2009), perpetue-se. Nesse cenário, o jornalismo econômico poderia ser uma importante ferramenta para reverter esse quadro. Porém, a pesquisa apresenta dados no sentido antagônico: a edição impressa da *Folha de S.Paulo* dedica pouca atenção ao tema finanças pessoais nas suas editorias de economia, a saber: Mercado e FolhaInvest. Valendo-se da Análise de Conteúdo, foram identificados apenas 12 textos tratando de pautas relacionadas ao tema, nos 35 espaços disponíveis no mês de novembro de 2021, sendo que 5 deles são da mesma colunista Marcia Dessen, especialista no assunto. Os outros 7 são caracterizados como reportagens ou notícias em um universo de 30 edições analisadas. Como conclusões, ressalta-se que o jornalista, diferentemente do consultor financeiro ou investidor, deve atuar livre de interesses em conquistar novos clientes, permitindo-lhe trazer uma variedade de especialistas para popularizar as finanças pessoais nos veículos jornalísticos.

Palavras-chave

Finanças pessoais; Jornalismo econômico; *Folha de S.Paulo*; Pisa; Investimento.

Abstract

Data from the Programme for International Student Assessment (PISA) point out Brazil as one of the countries with the highest rate of financial illiteracy. This contributes to the perpetuation of the dominance culture highlighted by Weber (2009). In this scenario, economic journalism could be an important tool to reverse this situation. However, the research presents data in the opposite direction: the print edition of *Folha de S.Paulo* dedicates little attention to personal finance topics in its economy sections, namely: Mercado and FolhaInvest. Using Content Analysis, only 12 texts addressing issues related to the topic were identified in the 35 available spaces in November 2021, with 5 of them authored by the same columnist Marcia Dessen, a specialist in the subject. The other 7 are characterized as reports or news out of a total of 30 editions analyzed. As conclusions, it is emphasized that the journalist, unlike the financial consultant or investor, should act free from interests in acquiring new clients, allowing them to bring a variety of experts to popularize personal finance in journalistic media.

Keywords

Personal finance; Economic journalism; *Folha de S.Paulo*; PISA; Investment.

¹ Artigo apresentado no XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado em Palmas (TO), de 02 a 04/06/2022. Na ocasião foi publicado um resumo expandido.

² Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) com estágio doutoral (PDSE/Capes) na New York University. Graduado em Jornalismo, atualmente é professor adjunto do Centro de Letras e Comunicação (CLC) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).

RECEBIDO EM 25 DE JULHO DE 2023
ACEITO EM 23 DE NOVEMBRO DE 2023

Introdução

Como aponta artigo de opinião publicado pelo economista Ricardo Amorim, “em um país com tantos analfabetos funcionais, o analfabetismo financeiro não surpreende” (2018). Conforme o mesmo autor, em exame do *Programme for International Student Assessment (PISA)*, (Pisa), o Brasil ficou em último lugar em avaliação feita em 15 países, em 2018. No entanto, essa não é uma exclusividade brasileira. O empresário, consultor e autor do *best seller* global *Pai rico, pai pobre*, Robert Kiyosaki, relata a mesma realidade vivida nos Estados Unidos. Ele relata como ficou surpreendido ao se deparar com a falta de conhecimento sobre economia apresentado pelos clientes que o procuravam: “O que me perturbou foi o pouco que essas pessoas sabiam sobre contabilidade e investimento, assuntos importantes para suas vidas. Fiquei imaginando como elas administravam as questões financeiras na vida real” (Kiyosaki; Lechter, 2000, p.15).

O fato é que o analfabetismo financeiro é um problema social, especialmente em países menos desenvolvidos, como o Brasil. A falta de conhecimento sobre as próprias finanças ajuda ao mantimento da estrutura de dominação econômica nas sociedades, apontada já há mais de um século por Max Weber (2019). Para o autor, a dominação é uma situação em que uma vontade manifesta do dominador quer influenciar as ações de outras pessoas, nomeadamente dominados, “e de fato as influencias de tal modo que estas ações, num grau socialmente relevante,

FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

se realizam como se os dominados tivessem feito do próprio conteúdo do mandado a máxima de suas opções (obediência)” (Weber, 2009, p.191).

Partindo do princípio do jornalismo como um produtor de conhecimento, que inclusive ajudou em todos os países na alfabetização de suas populações, considera-se esse tipo de produção textual um ponto importante para a mudança gradual desse cenário. Assim, o presente artigo visa analisar como o jornal *Folha de S.Paulo*, que conforme o Instituto Verificador de Comunicação (IVC) tem alternado em 2021 a liderança de jornal em maior circulação do país com o *Estado de São Paulo*, trata a temática “finanças pessoais” nas suas páginas da edição diária impressa. Assim, tem-se o seguinte problema de pesquisa: qual é o espaço destinado na edição impressa de *Folha de S.Paulo* ao tema finanças pessoais e como ele é abordado?

Para responder a essa pergunta, primeiro é preciso posicionar o tema “finanças pessoais” dentro do contexto da microeconomia. Posteriormente, são feitas algumas reflexões sobre o jornalismo econômico, especialmente de serviço, partindo do princípio de Meditsch (1997) de um jornalismo como produtor do conhecimento. Posteriormente são feitas algumas considerações metodológicas com a definição das categorias analisadas para, por fim, ser feita a análise crítica do conteúdo.

Em síntese, valendo-se da Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), foi feita uma análise quantitativa e qualitativa das editorias de economia do primeiro caderno do jornal, intituladas: Mercado e FolhaInvest. Foram estudadas todas as edições do mês de novembro de 2021, que culminou com a realização da *Black Friday*, no dia 26 do referido mês. Para tanto, foram identificados os textos desse período que abordavam ou traziam pautas relacionadas diretamente com finanças pessoais. Feita essa identificação e feita a pré-análise, esses textos foram divididos em três tipos, a saber: notícia, reportagem e coluna de opinião.

Eduardo **RITTER**

Do macro ao micro: posicionando as finanças pessoais no campo econômico

Para identificar as pautas que abordam o tema “finanças pessoais”, inicialmente é preciso diferenciar dois ramos da economia: o macro e o microeconômico. Isso porque as pautas abordadas nas editorias de Economia do jornal *Folha de S.Paulo* são voltadas para esses dois segmentos.

A microeconomia, conforme explicam Pindyck e Rubinfeld (1999), é o ramo da Economia que estuda como consumidores, trabalhadores, investidores, proprietários de terras e indivíduos em geral tomam as suas decisões econômicas. Conforme os mesmos autores, essa seção também tem como objetivo o esclarecimento de questões mais pontuais no campo econômico.

Ela esclarece como os consumidores tomam decisões de compra e de que forma suas escolhas são influenciadas pelas variações de preços e rendas; explica também de que maneira as empresas determinam o número de trabalhadores que contratarão e como os trabalhadores decidem onde e como trabalhar (Pindyck; Rubinfeld, 1999, p.3).

Os autores complementam que a microeconomia também é chamada de teoria dos preços, visando estudar o comportamento de produtores e consumidores em mercados específicos. O foco, portanto, são os agentes econômicos individuais, com produtores e consumidores formando os preços praticados no mercado. Assim, uma primeira premissa da microeconomia clássica parte do princípio de que os produtores desejam maximizar o lucro, enquanto os consumidores buscam a maximização de sua satisfação mediante recursos limitados.

Por outro lado, a macroeconomia estuda os fenômenos de forma conjunta, como por exemplo, a inflação, o desemprego, o crescimento

econômico e a renda nacional. Por serem temáticas que interessam à sociedade, as pautas macroeconômicas geralmente ganham mais espaço nos grandes jornais brasileiros. Além disso, as políticas macroeconômicas estão diretamente vinculadas ao setor público, relacionando o comportamento da economia como um todo, incluindo recessões e expansões, as reduções ou crescimentos do Produto Interno Bruto (PIB), taxas de câmbio e contas públicas, tanto no curto quanto no longo prazo.

Feita essa diferenciação, localizamos a temática "finanças pessoais" dentro do campo microeconômico, afinal, como explica Gitman (2010), as finanças pessoais se referem à tomada de decisões do sujeito, podendo ser ele produtor ou consumidor. Ademais, a pesquisa sobre o tema se preocupa com o impacto que as decisões financeiras desses atores econômicos têm na vida pessoal ou familiar. O autor complementa que para elaborar as suas finanças pessoais, o sujeito deve levantar as suas necessidades e, então, fazer o planejamento financeiro e o orçamento familiar, tendo como objetivo melhorar o controle de gastos e a qualidade da aquisição de bens ou serviços que possam satisfazer a necessidade do indivíduo ou de uma pequena coletividade gerida por ele.

Independentemente de quanto você tem para investir, o conhecimento de finanças pode ajudá-lo a decidir em que tipo de investimento financeiro investir seu dinheiro, quanto deve ser investido e como os recursos investidos devem ser distribuídos entre diferentes investimentos (Gitman, 2010, p.2).

Ou seja, para saber a melhor forma de aplicar os seus recursos, é preciso que o sujeito tenha alguns conhecimentos básicos sobre finanças. Chega-se, então, à importância do jornalismo como produtor de conhecimento. Conforme explica Meditsch (1997), o jornalismo tem duas possibilidades para esse tipo de produção. "O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais" (Meditsch, 1997, p.3). Ou seja, ao mesmo tempo em que o enunciado jornalístico pode

Eduardo **RITTER**

transmitir o conhecimento de terceiros, ele também pode ser o ator principal nesse processo. E, a partir desse reconhecimento, aumenta-se também a exigência dos conteúdos disponibilizados pelos veículos jornalísticos à sociedade.

Ao se deixar de considerar o jornalismo apenas como um meio de comunicação para considerá-lo como um meio de conhecimento, estará se dando um passo no sentido de aumentar a exigência sobre os seus conteúdos. Conhecimento implica em aperfeiçoamento pela crítica e requer rigor (Meditsch, 1997, p.11).

Em um país onde o analfabetismo financeiro é um problema social que não pode ser ignorado, produções como os textos jornalísticos ganham importância, até porque, em Economia, “aparentemente, tudo é feito para não entendermos” (Cerbasi, 2019, p.35). Exemplos disso vão desde os termos utilizados pelos especialistas para explicar um aumento de inflação, até as nomenclaturas das instituições financeiras. Afinal, como alguém pode pensar em investir na Bolsa de Valores sem saber o que significa B3? Conforme recupera Pinheiro (2019), B3 é a fusão da BM&FBovespa com a Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos (Cetip), que ocorreu em 2017 e significa Brasil, Bolsa e Balcão. Esse foi um processo gradual, que começou em 1890, com a criação da Fundação da Bolsa Livre, de São Paulo, até a fusão de uma única bolsa, a B3, rompendo com o “modelo anterior, que se sustentava na utilização de nove bolsas de valores dispersas pelas diversas regiões do Brasil e ainda representa uma tentativa de minimizar o problema de baixa liquidez” (Pinheiro, 2019, p.331). No entanto, vale ressaltar que a primeira bolsa de valores em solo brasileiro surge no Rio de Janeiro, em 1820, ainda no período colonial. Destarte, para elucidar questões que parecem complexas para a maioria das pessoas e simples para profissionais do mercado financeiro, considera-se o jornalismo econômico como elemento

fundamental para auxiliar no processo de alfabetização financeira e econômica da sociedade.

Jornalismo econômico: decodificando as mensagens do economês

Desde os períodos da economia de escambo, baseada na troca direta de serviços e produtos, ainda no período Neolítico (7.000 a.C – 2.500 a.C), a informação sempre foi crucial para a determinação de referências de trocas. Claro que, no período, a informação que circulava se baseava na cultura oral. Milhares de anos depois, após o surgimento da moeda até a chegada da intermediação financeira através de instituições e o surgimento do mercado financeiro, a forma de trabalhar com a informação econômica evoluiu muito, afinal, “o jornalismo econômico tem a mesma idade da imprensa” (Caldas, 2008, p.11). Ou seja, o ser humano sempre precisou trabalhar com a relação informação-economia, e o jornalismo surge justamente para fazer essa intermediação entre as pessoas e povos. De certa forma, o jornalismo já nasce econômico, pois as informações sobre finanças e transações estavam presentes desde as suas primeiras edições em solo europeu.

Dito isto, volta-se à ideia do jornalismo como produtor do conhecimento. E como fazer isso? Ora, com a qualificação dos jornalistas para trabalhar com a informação no sentido não apenas de informar ao seu público, mas também de auxiliar na formação financeira da população. Caldas (2011) orienta o jornalista econômico a utilizar um texto na qual o autor decodifique para o leitor as mensagens utilizadas no jargão econômico, também chamado entre os jornalistas de “economês”. Para tanto, é preciso o jornalista estar preparado para interpretar o que ouviu e saber selecionar as informações, além de explicar para o leitor, em linguagem clara e compreensível, o que elas significam.

Eduardo **RITTER**

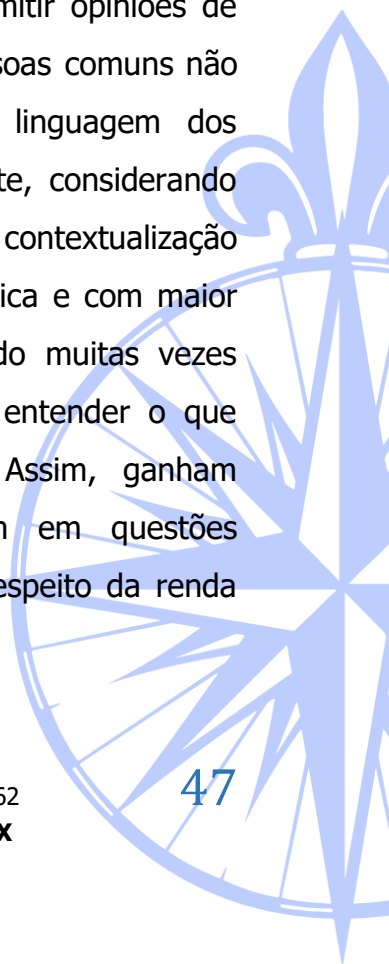
Basile (2002), por sua vez, referindo-se ao jornalismo econômico destaca que “não há notícias chatas. Há matérias chatas, feitas por repórteres e editores chatos, para publicações chatas” (Basile, 2002, p.7). E como não cair na armadilha de apenas repetir o que é dito pelas fontes e escrever um texto chato? O autor sugere que para isso é preciso um olhar criativo e curioso sobre a realidade. “É preciso, às vezes, lembrar-se de quando você era criança e tinha a leveza de fazer as perguntas que ninguém fazia, de ir atrás das respostas onde ninguém tinha procurado” (Basile, 2002, p.9). Essa perspectiva corrobora com a de autores de consultores financeiros consagrados, como o americano Robert Kiyosaki ou o brasileiro Gustavo Cerbasi. O segundo acrescenta que a cultura ocidental em que estamos inseridos faz forte incentivo ao consumo, sem contrabalancear com educação financeira da população, gerando uma grande massa que gasta mais do que ganha e se endividando para ostentar bens materiais. “Somos pressionados a construir um patrimônio incompatível com nossa renda” (Cerbasi, 2016, p.31). Surge, então, a seguinte questão: como unir a demanda de criatividade e de curiosidade do repórter com a necessidade de alfabetizar financeiramente uma população? Ora, com um bom balanceamento entre matérias que abordem as questões macro e as questões microeconômicas da sociedade, incluindo na segunda categoria o que Caldas (2008) vai chamar de jornalismo econômico de serviços. A autora conta que com o aumento da inflação brasileira nos anos 1980, o jornalista Celso Ming idealizou a primeira coluna de serviços do jornalismo econômico brasileiro, publicada no jornal *O Estado de S.Paulo*. A coluna foi publicada pela primeira vez em 20 de julho de 1981 e passou a ter periodicidade semanal, ocupando uma página inteira na edição de segunda-feira, com o título: *Confira seu dinheiro*.

Ali o leitor encontrava as informações que precisava para organizar o seu orçamento doméstico. Ou seja, como a inflação afetava seu salário, o

FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

aluguel, a prestação da casa própria, a luz, o gás, o telefone, a aposentadoria, a saúde, a alimentação, a escola das crianças, o vestuário, os juros, o emprego, o dólar, o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), o crédito, a gasolina, a caderneta de poupança, a bolsa de valores, o outro, etc. (Caldas, 2011, p.55)

A partir de então, surgiram colunas semelhantes em outros importantes jornais do Brasil. No entanto, conforme abordado no próximo tópico, a coluna de opinião é apenas uma das possibilidades para o jornalismo econômico trabalhar com a gestão financeira pessoal. A reportagem e a notícia são outras alternativas e que exigem uma linguagem ao mesmo tempo mais criativa e mais específica para abordar temáticas econômicas. “Quanto mais orgânica for a relação entre forma e conteúdo, mais consciente o jornalista estará de sua intencionalidade. E mais criativa estará sendo sua narrativa” (Kucinski, 1996, p.167). Ou seja, o jornalista precisa saber fazer as ligações entre as falas das suas fontes com números, estatísticas, cálculos, contextos históricos, políticos e sociais. E mais: precisa trabalhar isso sem utilizar uma linguagem e uma narrativa reducionista e tampouco incompreensível para o público. “O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendem, e sem violar os conceitos criados pela linguagem dos economistas” (Kucinski, 1996, p.168). A tarefa é gigante, considerando que muitas vezes pautas complexas, que exigem uma contextualização maior, e o uso de uma linguagem por vezes mais didática e com maior clareza surgem na agenda do jornalismo factual, sendo muitas vezes lançadas ao público sem que ele tenha condições de entender o que aquele acontecimento representa para a sua vida. Assim, ganham importância, mais uma vez, as pautas que focam em questões microeconômicas e, mais especificamente, no que diz respeito da renda pessoal dos integrantes da sociedade.



Preceitos metodológicos e definição das categorias: notícia, reportagem e coluna de opinião

Para responder ao problema de pesquisa proposto, que é a verificação do espaço destinado na edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* dedicado ao tema finanças pessoais e como ele é abordado, optou-se pela utilização das categorias propostas pela Análise de Conteúdo. Esse procedimento metodológico é “um conjunto de instrumentos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 2011, p.15).

Destarte, foram realizadas as três etapas propostas por Bardin (2011), que são: a pré-análise, a exploração do material, e o levantamento e a interpretação dos resultados obtidos. Para a autora, o interesse dos resultados está, sim, “no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a ‘outras coisas’” (Bardin, 2011, p.44). A inferência, fundamental para a pesquisa, consiste no processamento de derivação feita a partir dos dados e tidos como verdadeiros.

Inicialmente, foram estudadas as editorias de Mercado e FolhaInvest das 30 edições impressas do mês de novembro de 2021. Vale ressaltar que a editoria Mercado é diária, enquanto a FolhaInvest é semanal, sendo publicada sempre às segundas-feiras. Essas são as duas editorias do primeiro caderno da edição impressa que abordam o tema Economia. Feita essa pré-análise, o material foi explorado, sendo separadas as pautas de microeconomia e, destas, as que apresentavam como temática assuntos relacionados diretamente a finanças pessoais, considerando as características desses ramos da economia, apresentadas

FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

anteriormente. Para classificar os textos, foram elaboradas três categorias, baseadas nas possibilidades de produções dentro dos gêneros jornalísticos propostos por Melo (2012): a notícia e a reportagem, no gênero informativo, e a coluna de opinião no opinativo. Importante salientar que a categorização tem como objetivo inicial, segundo Bardin (2011), fornecer uma representação simplificada dos resultados brutos, pois é a partir dessa representação que é feita a interpretação e análise dos dados.

Para fazer essa classificação, é importante explicar brevemente algumas características desses três tipos de textos. Entende-se por notícia o texto informativo curto, baseado no factual, onde a novidade é o principal elemento. Vale ressaltar que a palavra notícia deriva da palavra inglesa *news*, que em português quer dizer novo e novidade. “Além de serem novidade, notícias são uma combinação de: (1) importância e (2) interesse” (Pinto, 2009, p.60). Esses dois itens mais gerais podem ser divididos em subitens, também chamados de valores notícias, que para a autora são: ineditismo, improbabilidade, utilidade, apelo, empatia, conflito, proeminência e oportunidade. Ou seja, considerou-se notícias sobre finanças pessoais aqueles textos informativos, com foco no factual, que apresentam novidades que possam interferir diretamente no planejamento financeiro de uma pessoa ou de um pequeno grupo em um determinado espaço geográfico.

Já a reportagem é um texto mais longo, com um maior número de dados e de fontes entrevistadas, podendo ter um estilo autoral marcante, muitas vezes relacionado ao jornalismo literário. “É comum o jornalista trabalhar em uma pauta dessas por alguns dias ou até semanas” (Floresta; Braslauskas, 2009, p.19). No caso da presente análise, considerou-se reportagem aqueles textos maiores que abrem a página e que apresentam um aprofundamento na temática, seja com a utilização de gráficos, números ou uma quantidade maior de entrevistas e interpretações feitas pelo repórter.

Eduardo **RITTER**

Por fim, o último tipo de texto identificado e categorizado nas pautas que abordam finanças pessoais é a coluna de opinião. Ela se diferencia do artigo de opinião, que é uma colaboração esporádica de alguém externo ao veículo, por ter periodicidade. “Para que sejam reconhecidos como colunistas, esses profissionais devem escrever com periodicidade constante e ocupar sempre determinado espaço na editoria a que seus textos pertencem” (Caversan, 2009, p.77). A coluna pode ser escrita tanto por um jornalista, quanto por um especialista ou autoridade em determinada área do conhecimento. O colunista pode ser tanto um jornalista contratado pelo veículo, quanto um colaborador externo, que pode ou não ser remunerado. “Procura trazer fatos, ideias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação (Melo, 1994, p.136).

As finanças pessoais nas páginas da *Folha de S.Paulo*

As editorias do primeiro caderno da edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* que abordam o tema economia são Mercado e FolhaInvest. Após analisar todas as edições de novembro de 2021, mês que culmina com a realização da versão nacional da *Black Friday*, foram encontrados 12 textos que abordaram temas relacionados à gestão financeira pessoal. Esses textos foram sintetizados na tabela a seguir em ordem cronológica, sendo classificados por data, título, autor, editoria e tipo de texto.

**FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A
ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO**

Data	Título	Autor	Editoria	Tipo de texto
01/11/21	Papo sério antes do casamento	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
05/11/21	Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi "de primeira" e "de segunda" por até R\$25	Ideídes Guedes	Mercado	Reportagem
05/11/21	Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro	Leonardo Vieceli	Mercado	Notícia
08/11/21	Consumidor quer usar <i>Black Friday</i> para se livrar dos efeitos da inflação	Daniele Madureira	FolhaInvest	Reportagem
08/11/21	Cuidados ao investir no exterior	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
15/11/21	O risco da renda fixa	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
22/11/21	Oscilação de preços na renda fixa	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
24/11/21	Investimento é legal, mas foge de boas práticas, dizem advogados	Eduardo Cucolo	Mercado	Notícia
26/11/21	Carne é aposta da <i>Black Friday</i> no ano da inflação da comida	Daniele Madureira e Suzana Petropouleas	Mercado	Reportagem
29/11/21	Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil	Lucas Bombana	FolhaInvest	Reportagem
29/11/21	CDB a 300% do CDI	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
30/11/21	Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix	Suzana Petropouleas	Mercado	Notícia

Quadro 1: Textos mapeados no mês de novembro de 2021 que abordam finanças pessoais nas editorias Mercado e FolhaInvest. Fonte: Produção do autor.

Eduardo **RITTER**

Inicialmente, chama a atenção o baixo número de textos encontrados sobre a temática, tendo em vista que a editoria Mercado é diária e a FolhaInvest é semanal, porém, ambas priorizam as pautas relacionadas à macroeconomia. Essa predominância, no entanto, acompanha a história do jornalismo econômico brasileiro. “Hoje, é verdade, a imprensa dá pouco espaço para a economia popular. Só *O Globo* e o *Estadão* mantêm páginas específicas, na editoria de economia, com o título de ‘defesa do consumidor’, onde o leitor encontra informações e serviços de interesse popular” (Caldas, 2008, p.20), destaca a autora, citando duas subeditorias que vigoravam na época e que, mesmo assim, não eram dicas de investimento ou de gestão financeira pessoal.

O que agrava ainda mais a situação, e evidencia a falta de interesse de alguns dos principais jornais do país – aqui nomeadamente o jornal *Folha de S.Paulo* – é que dos textos encontrados durante os 30 dias analisados, cinco foram da única colunista do jornal que aborda a temática, conforme tratado em seguida. Antes, no entanto, é apresentado o gráfico 1 demonstrando a divisão de cada tipo de texto do universo dos 12 mapeados.

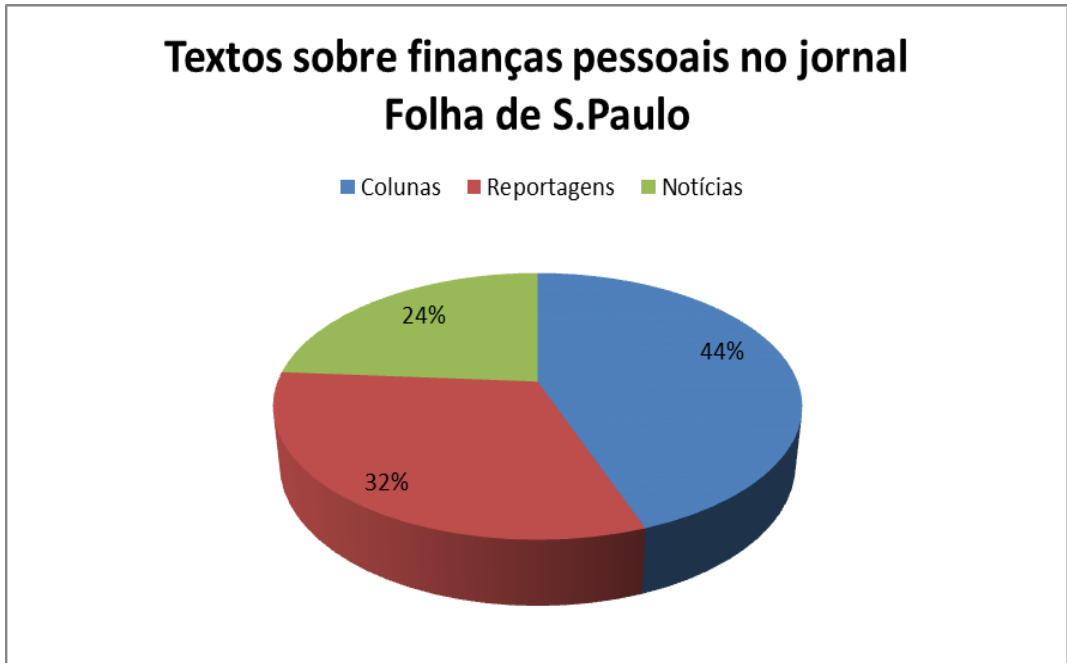


Gráfico 1: dados referentes às editorias Mercado e FolhaInvest de novembro de 2021. Fonte: Produção do autor.

Observando o gráfico acima chama a atenção o relativamente pequeno número de notícias encontradas. A primeira delas é “Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro” publicada no dia 5 de novembro de 2021. Ela cumpre com o papel da notícia, que é informar algo novo, prestando um serviço para o leitor. O conteúdo da notícia é voltado para o congelamento de preços da rede Carrefour diante de um cenário de aumento da inflação. “A promessa é manter inalterado os valores de mercadorias diversas, incluindo alimentos (arroz, feijão, pães, entre outros)” (Vieceli, 2021, p.A18). No entanto, a notícia foi publicada como um apêndice de uma reportagem sobre o tema que anunciava a venda de ossos de boi em Fortaleza (CE). Igualmente para acompanhar a reportagem principal da editoria, que era sobre o uso de *offshore* para escapar da tributação nos Estados Unidos por parte do ministro da economia brasileiro, Paulo Guedes, o jornal publicou uma notícia sobre esse tipo de investimento. No texto “Investimento é legal, mas foge de

Eduardo **RITTER**

boas práticas, dizem advogados”, publicado no dia 24 de novembro, o jornalista Eduardo Cucolo explica esse tipo de investimento. Mesmo sem ser o foco principal da notícia, ela acabou servindo para o leitor entender como esse tipo de procedimento financeiro funciona e, de certa forma, orienta como fazer esse investimento.

Das três notícias encontradas em um mês de publicações, a única que foi feita diretamente para servir ao leitor é a publicada no dia 30 de novembro: “Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix”. No conteúdo, são dadas orientações sobre como fazer saques e pagamentos de troco, apresentando um serviço para a gestão financeira do leitor, que passa a contar com esse serviço. “Na arena microeconômica o jornalista é também um personagem porque, afinal, atribui a si mesmo a capacidade de apurar o que é relevante e discriminá-lo em relação ao que não é” (Basile, 2002, p.85). Ou seja, em 30 edições impressas que foram analisadas pelo autor, apenas em uma o texto noticioso da Folha de S.Paulo priorizou um jornalismo econômico de serviço.

Tem-se um cenário parecido quando o assunto é reportagem. Apesar de ter uma a mais do que a categoria notícias, três delas se relacionam ou com outras pautas ou com assuntos da macroeconomia. A primeira é “Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi ‘de primeira’ e ‘de segunda’ por até R\$25”, publicada no dia 5 de novembro. O conteúdo dá um duplo sentido para essa reportagem, pois ao mesmo tempo em que ela serve para denunciar uma situação socialmente absurda, ela também acaba dando as diretrizes para quem quer incluir esse tipo de compra no seu orçamento familiar em um momento de crise financeira. Além disso, ela mostra o lado do produtor: “Caso não consiga vender as carnes, Francisca pretende doar uma parte a alguma família do entorno do bairro para não estragar” (Guedes, 2021, p.A18).

As duas reportagens identificadas na sequência estão diretamente relacionadas a *Black Friday*, um evento comercial anual que se destaca por oferecer descontos substanciais em uma vasta gama de produtos e serviços, tradicionalmente agendado para o último fim de semana de novembro. A primeira foi publicada 18 dias antes do evento e traz como título: “Consumidor quer usar *Black Friday* para se livrar dos efeitos da inflação”. Ela também se relaciona com assuntos da macroeconomia, porém, o conteúdo acaba priorizando a orientação para que o leitor aproveite os descontos da *Black Friday*, tendo em vista que datas festivas se aproximam. Esse é o mesmo tom da reportagem que foi publicada no dia da promoção, 26 de novembro: “Carne é aposta da *Black Friday* no ano da inflação da comida”. Novamente é repassado um contexto macroeconômico no que diz respeito à inflação, porém, apresenta um conteúdo que também é de serviço ao dar ênfase ao aumento de preços na carne previstos para o mês seguinte com a chegada do Natal e do Ano Novo.

Das quatro reportagens identificadas, apenas uma foi escrita para, de fato, ser um texto jornalístico e informativo para auxiliar o leitor na tomada de decisões. “Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil”, de Lucas Bombana, publicada em 29 de novembro, claramente dá dicas para quem pretende investir em outros países. No texto, Bombana (2021) apresenta como funcionam cinco fundos de investimento utilizando gráficos e entrevistando especialistas no assunto, como gestores de estratégias de ações, superintendentes de empresas de investimento, gestores financeiros e investidores. Trata-se de uma grande reportagem que aprofunda o tema. Ela também apresenta uma pauta diferenciada do jornalismo econômico de serviço dos tempos de inflação, com foco em investimentos. “Os jornais ainda mantêm notícias organizadas de interesse

Eduardo **RITTER**

do consumidor, mas os temas mudaram, adaptando-se aos novos tempos de estabilidade econômica” (Caldas, 2008, p.56).

Por fim, o último tipo de texto que aparece é a coluna de opinião. Ele representa a maioria dos textos que abordam gestão financeira pessoal e é escrita por uma especialista no assunto. Marcia Dessen, a autora dos cinco textos publicados no período da análise, é planejadora financeira, colunista fixa da *Folha de S.Paulo* e autora de um livro que trata diretamente do assunto: *Finanças Pessoais - o que fazer com meu dinheiro*. Os cinco textos são voltados diretamente para dicas e orientações sobre gestão financeira pessoal. Em “Papo sério antes do casamento”, coluna publicada em 1º de novembro, Dessen (2021) aborda a importância de se ter um planejamento financeiro antes de começar uma vida a dois. Já em “Cuidados ao investir no exterior”, do dia 8 de novembro, ela apresenta as principais armadilhas que devem ser evitadas por quem pretende colocar os seus recursos em investimentos em outros países. Em “O risco da renda fixa”, por sua vez, Dessen apresenta algumas variáveis e possibilidades do investimento de renda fixa. “Os tempos mudaram, a concorrência aumentou muito com a chegada de novas instituições financeiras e as plataformas de distribuição de produtos permitiram o acesso a investidores a aplicações que antes não estavam disponíveis” (Dessen, 2021, p.A15). A renda fixa, aliás, é o tema das duas últimas colunas da autora no mês: “Oscilação de preços na renda fixa” e “CDB a 300% do CDI”, sendo que no último ela chama a atenção para o fato da promoção, inicialmente aparente, ter validade apenas nas primeiras aplicações e com valores limitados, desconstruindo as propagandas, por vezes mais agressivas, das instituições financeiras.

Pode-se inferir que a coluna de Marcia Dessen é o único espaço que realmente se propõe a prestar um serviço referente à gestão financeira das pessoas nas editorias de Mercado e FolhaInvest do jornal impresso

Folha de S.Paulo. No entanto, é necessário ressaltar tanto a limitação do espaço, com menor aprofundamento na relação com a reportagem, por exemplo, possibilitaria, bem como a menor audiência no que diz respeito ao conteúdo jornalístico das editoriais. “O índice de leitura de artigos é bem menor do que o de notícias, o que é natural. Mas trata-se de um leitor qualitativo, mais exigente, politizado e intelectualizado” (Caldas, 2008, p.27).

Considerações Finais

Com a rápida ascensão das redes sociais e o fácil acesso a todos os tipos de conteúdos é gigante o desafio que o jornalismo econômico tem pela frente. Canais pessoais no *Youtube*, como o do já citado Gustavo Cerbasi, e das próprias empresas que prestam serviços de investimento, cresceram rapidamente. Alguns se tornaram populares, como o *Me Poupe*, da especialista em finanças Nathalia Arcuri, e o *Primo Rico*, do investidor e empresário Thiago Nigro. Em contrapartida ao *Primo Rico*, surgiu o canal *Primo Pobre*, do administrador Eduardo Feldberg. Com linguagem simples e informal, rapidamente ele conquistou milhares de inscritos. Nesse cenário surge uma nova questão: e o que o jornalismo econômico pode fazer para sobreviver? Ora, atualizar-se e prestar o melhor serviço possível.

O jornalismo impresso, mesmo em um contexto amplamente digitalizado, ainda é lido por milhões de pessoas no Brasil e jornais de grande circulação, como a *Folha de S.Paulo*, tem o dever de prestar um bom serviço, não só informando, mas produzindo conhecimento. O jornalista ainda é um profissional que reivindica o monopólio de conhecimento da sua área e é quem tem mais capacidade para mediar os especialistas. Enquanto nos canais, o empresário, o economista ou o gestor financeiro vai tratar de diferentes temas relacionados com a sua

Eduardo **RITTER**

especialidade, o jornalista pode utilizar diversos dos recursos inerentes à profissão para trazer os principais especialistas para cada área. Nesse sentido, os veículos jornalísticos ainda são o lugar onde diversos jornalistas qualificados estão reunidos para prestar esse serviço. E dentro do jornalismo impresso, o jornal *Folha de S.Paulo* é um dos mais tradicionais e populares do Brasil, justamente pela imagem de credibilidade construída ao longo dos anos. A ética e a preocupação com o leitor, inclusive, são dois dos pilares que podem sustentar o jornalismo econômico no futuro. “Podemos dizer que o jornalismo econômico não é apenas uma especialização, é uma modalidade de jornalismo, referenciada por uma ética própria” (Kucinski, 1996, p.176). Ou seja, enquanto por um lado o consultor financeiro, o investidor ou funcionário de uma financeira que tem um canal no *Youtube* ou um *blog* tem abertamente o interesse em conquistar novos clientes para os seus negócios privados, o jornalista deve atuar livre dessas amarras. Assim que ele se diferencia dos demais.

No entanto, vale retomar a pergunta que norteou essa pesquisa: qual é o espaço destinado na edição impressa de *Folha de S.Paulo* ao tema finanças pessoais e como ele é abordado? Ora, como foi visto, o espaço nas editorias de Mercado e FolhaInvest da edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* é relativamente baixo. Em um mês inteiro foram analisadas 30 edições e, nelas, foram identificados apenas 12 textos que se relacionam com a temática. Mesmo assim, considerando que duas notícias e três reportagens complementavam pautas de outras reportagens ou apresentavam ao mesmo tempo preocupação com questões macroeconômicas, sobram apenas uma notícia e uma reportagem, além das cinco colunas de opinião escritas por uma especialista em finanças pessoais. Em outras palavras, excetuando-se as produções da colunista-especialista, apenas uma notícia e uma reportagem foram publicadas em um mês inteiro colocando em primeiro

FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

plano o tema finanças pessoais, o que pode ser considerado um baixo número diante das possibilidades que se apresentam para o jornal.

Assim, chega-se a essa etapa da pesquisa com a certeza de que o jornal *Folha de S.Paulo*, na sua edição diária e impressa, cumpre parcialmente com a função jornalística de formar conhecimento na área de economia para o cidadão que não está alfabetizado com finanças e economia. Desta forma, o diário ainda contribui pouco, pelo recorte analisado, com o importante papel que a imprensa ocupa na tentativa de se reduzir o analfabetismo financeiro do Brasil. Como a edição impressa (que também é disponibilizada digitalizada para os assinantes no *online*) é lida por milhares de brasileiros – muitos deles com problemas financeiros justamente por não estarem familiarizados com o assunto – vale apontar que o jornal ainda está longe de cumprir plenamente a sua função. Além disso, ele mesmo se coloca em risco, pois o público que deseja esse tipo de informação acaba recorrendo às produções de especialistas do setor privado que disponibilizam seus conteúdos à procura de clientes na rede. Por fim, salienta-se que essa etapa é apenas uma parte de uma pesquisa maior, esperando que os dados aqui apresentados possam contribuir para futuros estudos de mais pesquisadores sobre o tema.

Referências

AMORIM, Ricardo. Um país de analfabetos financeiros. **ISTOÉ**, 18 de maio de 2018. Disponível em: <https://istoe.com.br/um-pais-de-analfabetos-financeiros/>. Acesso em: 05 dez. 2021.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASILE, Sidnei. **Elementos do jornalismo econômico** – A sociedade bem informada é uma sociedade melhor. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOMBANA, Lucas. Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2008.

CAVERSAN, Luiz. **Introdução ao jornalismo diário** – como fazer jornal todos os dias. São Paulo: Saraiva, 2009.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro**: os segredos de quem tem. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CERBASI, Gustavo. **Investimentos inteligentes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

CUCOLO, Eduardo. Investimento é legal, mas foge de boas práticas, dizem advogados. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 24 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

DESSEN, Marcia. CDB a 300% do CDI. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A16.

DESSEN, Marcia. Cuidados ao investir no exterior. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 8 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

DESSEN, Marcia. O risco da renda fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A15.

DESSEN, Marcia. Oscilação de preços na renda fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 22 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A22.

DESSEN, Marcia. Papo sério antes do casamento. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 1 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

FLORESTA, Cleide; BRASLAUSKAS, Ligia. **Técnicas de reportagem e entrevista em jornalismo** – Roteiro para uma boa apuração. São Paulo: Saraiva: 2009.

GITMAN, Lawrence. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

GUEDES, Ideídes. Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi “de primeira” e “de segunda” por até R\$25. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

KIYOSAKI, Robert; LECHTER, Sharon. **Pai rico, pai pobre**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1996.

MADUREIRA, Daniele. Consumidor quer usar Black Friday para se livrar dos efeitos da inflação. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 8 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A16.

MADUREIRA, Daniele; PETROPOULEAS, Suzana. Carne é aposta da Black Friday no ano da inflação da comida. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 26 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

MEDITSCH, Eduardo. **Jornalismo é uma forma de conhecimento?** Media & Jornalismo, Florianópolis, V.1, n.1, p.9-22, 1997. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf. Acesso em: 01 dez. de 2021.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. **Gêneros jornalísticos** – teoria e práxis. Blumenau: EdiFurb, 2012.

PETROPOULEAS, Suzana. Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 30 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A26.

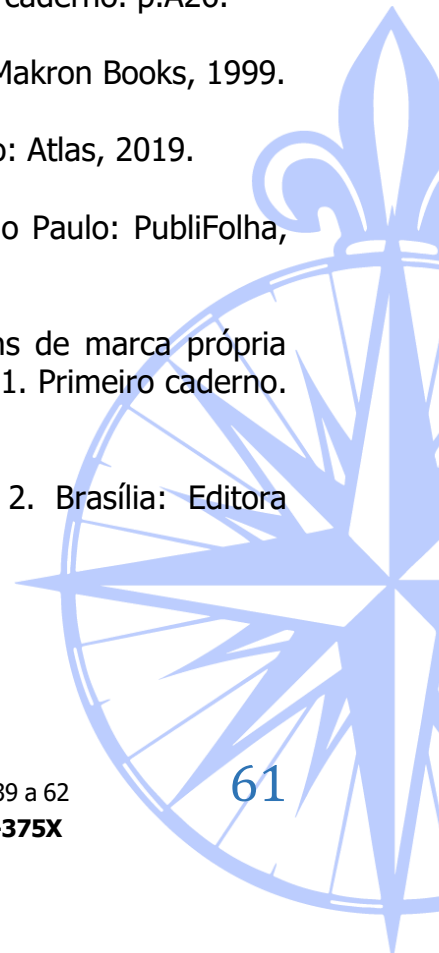
PINDYCK; RUBINFELD. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1999.

PINHEIRO, Juliano. **Mercados de capitais**. São Paulo: Atlas, 2019.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário**. São Paulo: PubliFolha, 2009.

VIECELI, Leonardo. Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

WEBER, Max. **Economia e sociedade** – Volume 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.



Eduardo **RITTER**

