

## Palavras e coisas derrubam ideologia e revelam poder que compra jornalistas<sup>1</sup>

Marcelo José Abreu LOPES<sup>2</sup>

Rebecca Lucena RAMOS<sup>3</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

### RESUMO

Este artigo parte de uma matéria da *GloboNews* que, ao apresentar a legenda “Recessão e desemprego derrubam inflação e devolvem poder de compra aos brasileiros”, provocou reações virais nas redes sociais. Em que pese o senso de absurdo provocado por essa fala, consideramos que ela se compreende no contexto das relações de poder que encontram-se imbricadas à linguagem jornalística e à rotina profissional.

**PALAVRAS-CHAVE:** ideologia jornalística; *habitus* profissional; noticiabilidade; genealogia foucaultiana; jornalismo econômico.

### A linguagem é um vírus...

O título deste artigo é um proposital e provocante jogo de palavras que parodia a “legenda” de uma matéria do canal de TV paga *GloboNews*: “Recessão e desemprego derrubam inflação e devolvem poder de compra aos brasileiros”. Um *frame* do vídeo, protagonizado pela comentarista de economia Thais Herédia, no *Jornal GloboNews – Edição das 10*, na manhã do dia 7 de abril de 2017, *viralizou* na forma de *meme* pelas redes sociais no Brasil e gerou uma enxurrada de críticas, de um lado, mas também apoios, de outro, ao apresentar ao menos um aspecto “positivo” para a “recessão” e o “desemprego” que afetam o país: a volta do “poder de compra aos brasileiros”.

“*Como assim? Onde eu estava com a cabeça? Você endoideceu de vez, Thais?*” – perguntou a jornalista a si mesma, em uma retratação publicada em sua conta no *Twitter* (2017, grifo do autor). Dois dias depois, 9 de abril. Retratação que deixa apenas subentendido a que se refere, pois não o diz explicitamente. Um de seus seguidores,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, email: marcelojose.lopez@mackenzie.br.

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, email: rebecca.lucena@hotmail.com.

contudo, foi bem certo no busílis da questão: “Você pediu desculpa, mas não desconstruiu a fórmula: ‘recessão + desemprego = aumento do poder de compra’. Ficou o dito pelo não dito” (TWITTER, 2017).

A própria Thais Herédia, em sua *mea culpa*, define o problema que este artigo se propõe a estudar: “Sabe-se lá por qual motivo, encaminhei uma sugestão de legenda equivocada para ilustrar meu comentário na televisão” (TWITTER, 2017). Temos alguma ideia sobre tais motivações, a passar, foucaultianamente, pelas relações de poder entre as palavras e as coisas (FOUCAULT, 2007) que povoam a ideologia jornalística, incluídas aí as maneiras de agir, de falar e de ver do jornalista (TRAQUINA, 2005) e as noções de noticiabilidade (PEUCER, 2004; TRAQUINA, 2005). Em busca da realidade, é preciso desmistificar a ideologia. “Trata-se, então, de problematizar o modo como colocamos juntas as palavras e as coisas, a linguagem e o mundo, o inteligível e o sensível, o sentido e a experiência” (LARROSA, 2014, p. 112).

### **... e as máquinas não param!**

No Brasil, sete de abril é conhecido como o Dia do Jornalista, em homenagem a Giovanni Battista Líbero Badaró, assassinado em 22 de novembro de 1830. Ele era editor do jornal *Observatório Constitucional*, de intensa oposição ao regime imperial de D. Pedro I. A repercussão desse assassinato político alimentou um movimento que culminou na abdicação do imperador ao trono, em 7 de abril de 1831. Dessa forma, Líbero Badaró personificou, em nossa história da imprensa, o papel da luta pela liberdade de expressão e pela verdade, contra os donos do poder – um papel tão caro à mitologia jornalística.

Curiosamente, calhou de o Dia do Jornalista em 2017 ficar associado ao episódio do “viral” envolvendo a jornalista Thais Herédia, da *GloboNews*. Entre as principais críticas, recebidas pela comentarista econômica nas redes sociais, estão a de disseminar uma “pós-verdade”, ou “verdade alternativa”, ou simplesmente “mentira”, por meio de uma interpretação “chapa branca”, ou seja, “propositalmente a favor do governo”. De certa forma, uma personagem “anti-liberobadaroana”. Os críticos, contudo, não desvinculam a fala de Thais da empresa em que ela trabalha, as Organizações Globo. Entre as dezenas de respostas que seu *tuíte* de retratação recebeu, se pode ler coisas como “Não sabe pq cometeu esse ‘erro’? Não subestime nossa inteligência. Vc é a cara da Globo”; “todos sabemos o motivo da legenda ‘equivocada’. O patrão manda, o

empregado obedece”; “A nota foi ruim, isso pq vc ã pode explicar q seu erro vem da tentativa de seguir uma linha editorial equivocada”; “Se esse fosse um erro isolado... deve ter muita pressão na @GloboNews para falar o que o patrão quer que seja dito”; “Lamento dizer, @thaisheredia, mas não foi um errinho por desatenção; foi um ato falho resultado do esforço diário em justificar o governo”, e “Não, foi um deslize com viés ideológico mesmo. A Globo quer vender o gov. Temer e suas reformas a qualquer custo” (TWITTER, 2017).

Imagem 1 – Vídeo da matéria no site da GloboNews



Fonte: <<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/v/foi-preciso-reprimir-a-economia-para-que-os-precos-caissem-diz-thais-heredia/5784135/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

Pesa, portanto, a percepção que esse público tem da Globo como autora de um discurso que, primeiro, contribuiu expressivamente na construção do acontecimento do *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff; segundo, trabalha para sustentar uma visão positiva da política econômica do sucessor, Michel Temer, mesmo com recessão e desemprego. Na matéria que gerou toda a controvérsia (imagem 1), a apresentadora “chama” a fala da comentarista introduzindo o tema da seguinte forma: “Temos a inflação mais baixa desde a criação do Plano Real quando a gente compara o período do primeiro trimestre dos últimos 24 anos. Isso teve um custo”. A partir daí, segue, sob a legenda em tela, “Recessão e desemprego derrubam a inflação e devolvem poder de compra aos brasileiros”, o comentário de Thais:

---

Teve um custo altíssimo, que é a recessão e o desemprego tão altos que a gente vive hoje no Brasil. *O Banco Central teve que manter os juros elevadíssimos desde 2013, e foi assim até o final de 2015. Ficou praticamente 2016 inteiro em um patamar elevadíssimo, acima de 14% ao ano. Esse período inteiro, em que o Banco Central precisou ser absolutamente rígido com os juros, jogou a economia tão para baixo que acabou levando a esse desemprego absurdo que a gente vê hoje no Brasil, essa recessão ainda maior... A recessão não é fruto só dos juros, mas foi preciso reprimir ainda mais a economia para que os preços caíssem.* (GLOBONEWS, 2017, grifos nossos)

Dois dias depois, no *Twitter* (2017), em sua defesa intitulada “Parem as máquinas, sim, eu errei!”, Thais argumentou que “não se tratou de um erro conceitual, de uma dica equivocada ou análise que brigasse com os fatos, mas de uma simples troca de palavras”. Isso foi prontamente rebatido por parte de seus seguidores mais críticos, o que se evidencia em passagens como “Desempregado não tem poder de compra, pouco importa o tamanho da inflação. Sem contar que queda da inflação não é queda de preço, mas ritmo menor de elevação. Não há ganho de poder de compra nem para empregados”; e “Era um erro conceitual grave. Inflação sempre significa perda de poder de compra” (TWITTER, 2017).

Ainda em sua defesa, Thais alega que a referida legenda “não fazia o menor sentido com a minha [a sua] própria fala” (TWITTER, 2017). Pois é justamente o alcance desse sentido, ou da sua ausência, que sugere uma maior reflexão.

### **Em busca de um sentido**

O jornalista segue um padrão automatizado. Um automatismo que parte dos princípios mais básicos da profissão e que alcança seu discurso, seu corpo e sua individualidade. Mas até que ponto o jornalista possui autonomia e responsabilidade sobre o que é notícia?

Em seu comentário, Thais Herédia defende que a iniciativa do Banco Central, em aumentar a repressão na economia para fazer com que os preços caíssem, foi uma decisão precisa e incontestável – tanto quanto uma lei da natureza vista por um positivista –, mesmo que essa queda inflacionária tivesse relação direta com 22,7 milhões de desempregados no país (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2016). Sem emprego e, portanto, afetados em seu poder de compra.

A princípio, cabe assinalar que desenvolveu-se ao longo dos anos, principalmente, no histórico hiperinflacionário do Brasil, o medo de inflação. Essa inflação que nos

amedronta “não acaba nunca; ao contrário, vai se elevando até atingir níveis insuportáveis, quando é derrubada por um pacote econômico, para voltar a se elevar, alguns meses depois” (KUCINSKI, 1996, p. 123-4). E esses pacotes só ganham espaço na sociedade brasileira porque “todo mundo, evidentemente, gostaria que a inflação acabasse”, mas não às próprias custas (SINGER, 2002, p. 62).

A inflação não surgiu apenas como um ator cotidiano do brasileiro apenas nessa época hiperinflacionária ou como algo recente na história do país. O golpe militar de 1964 foi consumado com a proposta de controlar a inflação e garantir o desenvolvimento econômico (LENE, 2013).

Essa defesa midiática sobre o discurso econômico de ‘custe o que custar, continuaremos lutando contra a inflação’, é algo tão caro ao jornalismo de economia no país que as redes de dominação que permeiam o jornalista em seu próprio discurso são perceptíveis a qualquer olhar mais atento.

Bernardo Kucinski (1996, p. 124) diz que o pensamento econômico majoritário no Brasil acerca da inflação é baseada na ‘teoria quantitativa da moeda’ da escola dos monetaristas. É importante resgatar essa ligação teórica porque para os monetaristas mais ortodoxos os aumentos de salários provocam inflação. Mas quando o valor dos salários caíram cerca de 20%, o Brasil ainda se encontrava no surto hiperinflacionário dos anos 1980, então, é uma premissa equivocada montada “em geral com objetivos ideológicos” (p. 25).

O que isso significa? Mesmo com o corte dos salários, ainda havia inflação, mas os monetaristas continuaram argumentando que esses salários não poderiam ser reajustados porque isso alimentaria mais ainda o déficit orçamentário. Ou seja, para Kucinski (1996, p. 124), “o monetarismo é conveniente para os defensores do arrocho salarial e dos ajustes econômicos através da recessão, que produz desemprego”. E qual linha de pensamento proveio da escola monetarista? O neoliberalismo. Ele tem como principal postulado que os gastos excessivos do Estado provocam a inflação.

Ao gastar mais do que recebe em imposto, incorrendo no que se chama de *déficit fiscal*, o Estado está criando um excesso de demanda, que puxa os preços para cima (...) para acabar com a inflação, seria necessário o ajuste fiscal, adequando as despesas do Estado à sua arrecadação fiscal. (KUCINSKI, 1996, p.124-125, grifo do autor)

Deliberadamente, há um grupo que defende ações mais austeras na economia, e não coincidentemente esse grupo é apoiado pela mídia, Globo à frente.

Não é uma luta contra a inflação que se trava no Brasil, pois, em nossa história cada vez que se tentou realmente contê-la, tirando o oxigênio da economia, foi a custo de uma brutal recessão (SINGER, 2002, p. 62), como nos dias de hoje. E, ao contrário do que se prega no dogma monetarista, “em todos os ciclos recessivos no Brasil, nos quais houve queda de salários e perda do poder aquisitivo, ao invés de diminuir, a inflação aumentou” (KUCINSKI, 1996, p. 125). Enfim, é um campo de batalha na qual se luta pela inserção de uma visão ideológica neoliberal sobre a economia por meio do medo inflacionário e o possível corte do poder de compra. É uma luta para impor uma verdade.

Para detectar “os conteúdos ideológicos nos discursos sobre inflação, para filtrar ou contestar as afirmações dogmáticas, os sofismas e as falácias,” é preciso conhecer a história do pensamento econômico e inflacionário no país (KUCINSKI, 1996, p. 123), e tentar compreender porque a fala da jornalista Thais Herédia personifica e caricatura um hábito profissional na própria editoria de economia e porque discursos como esse já foram ditos e continuarão a ser ditos por jornalistas econômicos.

São nos conteúdos históricos que encontraremos as sistematizações que Foucault (2010, p. 8) nos diz poder “permitir descobrir a clivagem dos enfrentamentos e das lutas que as ordenações funcionais ou as organizações sistemáticas tiveram como objetivo, justamente mascarar” com a criação de uma verdade – neste caso, uma verdade econômica.

Justamente, são nesses conteúdos históricos da inflação brasileira que encontraremos padronizada a linguagem (maneira de falar) do jornalismo econômico, vulgo “economês”. Afinal, essa padronização é resultante de um poder sobre os corpos e se dá por meio de um estado aparentemente impensado, como denomina Pierre Bourdieu (2015), de *habitus* profissional, uma “disposição incorporada, quase postural”, como um capital de um sujeito transcendental (BOURDIEU, 2009, p. 61).

O que são as coberturas midiáticas sobre a política econômica levada a cabo no governo Michel Temer, se não o neoliberalismo infiltrado no *habitus* profissional do jornalista econômico? Isso é particularmente claro quando Thais Herédia afirma, de maneira peremptória, que o “Banco Central *teve que* manter os juros elevadíssimos”, que “o Banco Central *precisou ser* absolutamente rígido com os juros” e, finalmente, que “*foi preciso* reprimir ainda mais a economia para que os preços caíssem” (GLOBONEWS, 2017, grifos nossos). Trata-se de uma linguagem que combina a verdade absoluta e incontestável da ideologia com um *habitus* profissional que faz do jornalista um ser

acostumado a ler e pronunciar o mundo na forma bipolar (TRAQUINA, 2005, p. 47) do par problema-solução.

Qualquer coisa que acontece na sociedade deve ser convertida em problema que os políticos têm que resolver, com ajuda, naturalmente, dos experts e dos funcionários [os burocratas] (...) Basta abrir os jornais para encontrar essa linguagem: o problema das jubilações, o problema do desemprego, o problema da insegurança, o problema da emigração, o problema da infância em perigo social, e a lista é infinita. O exemplo paradigmático de uma gestão racional do social é, certamente, o que aconteceu entre a delimitação do "problema judeu" e o desenho e a aplicação da "solução final". (LARROSA, 2014, p. 95-96)

Assim, o discurso jornalístico constrói o "problema da inflação", ao passo que oferece-lhe, em contrapartida, uma solução pronta, acabada e natural: a recessão e o desemprego. Geralmente, para dar um caráter "científico" a essa "verdade", entrevista-se um especialista (*expert*, diria Larrosa) embebido e embuído do "economês". Por fim, para legitimar-se diante do público, acrescentam-se algumas opiniões – aquilo que chamamos de "fala-povo" – criteriosamente selecionadas. O vírus da realidade na linguagem, entretanto, sempre ameaça expor os limites das fórmulas repetidas pelo vício. Diz Larrosa "que é impossível sustentar esse esquema falaz e perverso. Não passamos a vida assinalando problemas e pedindo soluções. Não nos damos conta de que, muitas vezes, nós mesmos somos o problema" (2014, p. 96).

O importante é que devemos compreender que não estamos fazendo – neste caso – uma dedução dos conteúdos históricos da inflação, em uma análise que parte de um medo do brasileiro em relação à possibilidade de mais um surto inflacionário e de como esse medo legitima e justifica discursos como o da comentarista da *GloboNews*. Pelo contrário, fazemos uma análise a partir dos mecanismos que fez o discurso inflacionário encontrar sua solidez; olhamos para a própria tecnologia do discurso onde temas como inflação, desemprego e recessão são “investidos, colonizados, utilizados, inflectidos, transformados, deslocados, estendidos etc.” (FOUCAULT, 2010, p. 27) pelo mecanismo tecnológico do *habitus* profissional.

O *habitus* só atinge uma classe como um todo, nunca apenas um indivíduo, afinal, sua maior “façanha” é permitir explicar e prever “as práticas e as propriedades das coisas classificadas (...) as das condutas de reunião em grupo” (BOURDIEU, 2009, p. 136). Retomamos, então, a fala da jornalista Thais Herédia sobre a inflação: o *habitus* sai da filosofia da consciência individual da jornalista, mas não retira a responsabilidade dela como uma operadora de construção do mundo social (p. 62).

Levando em consideração esse contexto, percebe-se que a fala da jornalista não é tão descolada de um pensamento econômico, historicamente construído sobre os discursos, e muito menos neutro quanto aparenta. Michel Foucault (2007, p. 77) já delimita, em 1966, que as palavras e as coisas são separadas pela aparência de transparência e neutralidade que os discursos oferecem. Ele explica que não existe uma não-posição, uma isenção de um indivíduo ou de um discurso. O sujeito está forçosamente em algum campo de poder, em uma constante disputa (FOUCAULT, 2010, p. 52).

Existe uma ordem que se oferece nas coisas como sua lei interior (FOUCAULT, 2007, p. 11), o próprio *habitus* profissional. “As próprias coisas escondem e manifestam seu enigma como uma linguagem e porque as palavras se propõem aos homens como coisas a decifrar” (FOUCAULT, 2007, p. 47). No caso aqui estudado, o “economês” é a linguagem da esfinge.

Em relação a ação do jornalista econômico, a citação de dados, as falas oficiais de economistas e autoridades, os comentários e críticas também não representam isenção, ou um “não lugar” de disputa, afinal, jornalismo não é simplesmente citar informações baseadas em fontes. Há defesa de um ponto de vista. Então, para analisar a padronização, em que a própria jornalista Thais Herédia se encontra, deveríamos retomar nossa busca em uma nova metodologia, a metodologia genealógica trabalhada por Foucault (2010).

A genealogia seria, pois, relativamente ao projeto de uma inserção dos saberes na hierarquia do poder próprio da ciência, uma espécie de empreendimento para dessujeitar os saberes históricos e torná-los livres, isto é, capazes de oposição e de luta contra a coerção de um discurso teórico unitário, formal e científico (FOUCAULT, 2010, p.11)

O jornalista se vê forçado, induzido, coagido, normatizado, conformado a produzir uma verdade, o discurso verdadeiro, afinal, o poder exige isso, ele necessita dessa verdade "criada" para funcionar e se legitimar. Para isso, o poder jamais parará “de questionar, de nos questionar; não para de inquerir, de registrar; ele institucionaliza a busca da verdade, ele a profissionaliza, ele a recompensa” (FOUCAULT, 2010, p. 22).

O que seria do jornalismo como profissão se não houvesse uma recompensa por professar e registrar a verdade? “Temos de produzir a verdade como, afinal de contas, temos de produzir riquezas, e temos de produzir a verdade para produzir riquezas” (FOUCAULT, 2010, p. 22). As palavras revelam o poder que *compra* jornalistas, “afinal de contas, somos julgados, condenados, classificados, obrigados a tarefas, destinados a uma certa maneira de viver (...) em função do discurso verdadeiro, que trazem consigo



efeitos específicos de poder” (p. 22). Vemos nesta análise como o “economês” é o meio de exercício de um poder que instrumentaliza o jornalista e seu o discurso. Thais Herédia utiliza essa linguagem técnica, em que se percebe “o lucro econômico ou as utilidades políticas que delas derivam, em certos contextos e em certas razões” (p. 29).

### **Além do "economês", também o "jornalês"**

De forma análoga ao imbricamento do "economês" à ideologia neoliberal, no seio da tribo jornalística também se imbricam uma ideologia profissional e sua respectiva linguagem, o "jornalês". Traquina (2005, p. 46) diz que "uma das características principais desta fala, desta escrita, é a sua qualidade de ser compreensível". Tem menos a ver com a capacidade de oferecer ao público relatos e comentários ricos em densidade e complexidade, que poderiam servir a uma tomada de consciência em relação aos acontecimentos. Trata-se mais de compor, por um lado, "um discurso que deve provocar o desejo, o desejo de ser lido/ouvido/visto" e, por outro lado, uma "comunicação" que atravesse as "fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais", que atinja "um público heterogêneo" (TRAQUINA, 2005, p. 46). Portanto, tem a ver com sedução e captura de leitores, lógica embasada em uma ideologia que concebe "a linguagem como uma coisa, ou uma faculdade, ou uma ferramenta" (LARROSA, 2014, p. 17), que objetiva "transmitir" informação em vez de possibilitar conhecimento.

Nesse ínterim, a linguagem é reduzida ao seu caráter mais técnico e ao seu pressuposto mais raso. Não por menos, o jornalismo é pródigo em produzir regras e códigos que automatizam e simplificam seus discursos, em especial a notícia. Também a noticiabilidade – medida de aferir a possibilidade de um acontecimento ser noticiado – se presta a esse objetivo de "facilitar" a comunicação – esta entendida em seu viés cartesiano-positivista-funcionalista.

Por isso a noticiabilidade se apresenta na forma de uma taxinomia – uma lista mais ou menos restrita de características, modelos noticiosos genéricos, que servem de parâmetro para identificar, classificar e hierarquizar acontecimentos noticiáveis fadados à publicação. As taxinomias sempre são restritas, nesse sentido, pois assim delimitam de forma mais clara as possibilidades de realidade e verdade – ao menos para esse tipo de epistemologia do jornalismo. Sua vantagem pragmática é justamente essa: limitando-se as possibilidades de sentido dos fatos, mais fácil é controlá-los.

---

O viés tecnicista na aplicação dos critérios de noticiabilidade pode esconder as evidências que não se trata de uma ação neutra, pois o que há por trás é uma construção de discurso. Diz Larrosa:

As palavras com que nomeamos o que somos, o que fazemos, o que pensamos, o que percebemos ou o que sentimos são mais do que simplesmente palavras. E, por isso, as lutas pelas palavras, pelo significado e pelo controle das palavras, pela imposição de certas palavras e pelo silenciamento ou desativação de outras palavras são lutas em que se joga algo mais do que simplesmente palavras, algo mais que somente palavras. (LARROSA, 2014, p. 18)

As estratégias da noticiabilidade favorecem certos sentidos – simplificados – em detrimento de outros – complexos. Podemos destacar, neste caso, a memorabilidade, a dissonância e a moralidade – três itens típicos de discursos do poder que se impõe àqueles mais vulneráveis ao controle das consciências.

Já em 1690, Tobias Peucer, na mais antiga tese doutoral sobre jornalismo que se tem notícia, observa a preferência da notícia por aspectos que possam ser facilmente memorizados:

(...) cabe estabelecer uma seleção [dos fatos] de modo que seja dado preferência aos *axiomnemóneuta*, ou seja, àqueles que merecem ser recordados ou conhecidos. São desta natureza, em primeiro lugar, os prodígios, as monstruosidades, as obras ou os feitos maravilhosos e insólitos da natureza ou da arte, as inundações ou as tempestades, os terremotos, os fenômenos descobertos ou detectados ultimamente, fatos que têm sido mais abundantes que nunca neste século. (PEUCER, 2004, p. 20, grifo nosso)

Por sua vez, quanto mais dissonante o caráter de um acontecimento, maior a possibilidade dele ser memorizado. Por dissonante entende-se tudo o que possa ser compreendido como fora da "normalidade", da "regra", do "esperado", do "comum", do "banal". Por isso a tendência da notícia em dar visibilidade (e memória) aos personagens notórios, às ações notáveis – sejam por sua tangibilidade, notabilidade ou curiosidade – e às irregularidades (infrações, ilegalidades, transgressões, crimes, escândalos etc.).

Como consequência, chega-se ao aspecto da moralidade. Por estar sempre apontando para o dissonante – principalmente o que é tomado como irregular, anormal – , e considerando uma visão bipolar e dicotômica que caracteriza o jornalista, além de sua tendência à dramatização (TRAQUINA, 2005), a notícia cobra da sociedade o retorno ao consonante, ao normal, ao regrado. É, portanto, um terreno fértil para o discurso moralista e moralizante.

Nossos apresentadores de jornais televisivos, nossos animadores de debates, nossos comentaristas esportivos tornaram-se pequenos diretores de consciência que se fazem, sem ter de forçar muito, os porta-vozes de uma moral tipicamente pequeno-burguesa, que dizem "o que se deve pensar" sobre o que chamam de "os problemas da sociedade" (...). BOURDIEU, 1997, p. 65)

Assim, se pode ter uma ideia do porquê se chega a afirmar que “Recessão e desemprego derrubam inflação e devolvem poder de compra aos brasileiros”. Ainda que seja em uma por meio de um artifício duvidoso de dar tangibilidade à recessão e ao desemprego, associando-os ao poder de compra, ao mesmo tempo em que se promove o retorno à normalidade (a derrubada da inflação). Se isso contraria o bom senso, por outro lado tem a seu favor todos os esquemas de linguagem (e de poder) que historicamente constróem e reproduzem a grande narrativa do jornalismo econômico brasileiro: o "combate ao dragão da inflação". O *habitus* profissional faz com que o jornalista não perca as oportunidades de reviver esse épico em nossa memória.

### Referências bibliográficas

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrand Difel, 2009.

\_\_\_\_\_. **A economia das trocas simbólicas**. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

GLOBONEWS. ‘Foi preciso reprimir a economia para que os preços caíssem’, diz Thais Herédia. *Jornal GloboNews* – Edição das 10, 7 abr. 2017. On line. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/v/foi-preciso-reprimir-a-economia-para-que-os-precos-caissem-diz-thais-heredia/5784135/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua**. Dez. 2016. On line. Disponível em: <[ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilio\\_s\\_continua/Mensal/Comentarios/pnadc\\_201612\\_comentarios.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilio_s_continua/Mensal/Comentarios/pnadc_201612_comentarios.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2017.

KUCINSKI, B. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Edusp, 1996.

LARROSA, J. **Tremores: escritos sobre experiência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

LENE, H.. **Jornalismo de economia no Brasil**. Cruz das Almas: UFRB, 2013.

---

PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. Trad. Paulo da Rocha Dias. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 2, jul./dez. 2004, p. 13-29.

SINGER, P.. **Aprender economia**. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Vol. 2 – A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TWITTER. Postagem e respostas mantidas no perfil @thaisheredia. 9 abr. 2017. 8h35. On line. Disponível em: <<https://twitter.com/thaisheredia/status/851096175436587011>>. Acesso em: 24 abr. 2017.