

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

**Imprensa como indicador: A representação dos temas económicos
nos media portugueses**

António Manuel Pinheiro Santos

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Economia Monetária e Financeira

Orientador:

Prof. Doutor Sandro Mendonça,

Prof. Auxiliar, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Cátia Miriam Costa,

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro 2016

Agradecimentos

Quero fazer o primeiro agradecimento aos meus orientadores, Professor Doutor Sandro Mendonça e a Professora Doutora Cátia Miriam Costa, por todo o apoio e disponibilidade, a motivação que transmitiram fez com que o sucesso se tornasse possível.

Ao Laboratório de Ciências da Comunicação do ISCTE-IUL, porque sem os dados que me facultaram esta investigação nunca seria exequível. E em especial ao Décio Telo, que me deu as luzes necessárias para a base de dados fundamental para a minha dissertação.

A todos aqueles que considero bons amigos e que me acompanham na vida pessoal, académica e profissional, que fazem a diferença e me marcam pela positiva. A lista seria muito extensa, se decidisse agradecer a todos os que cumprem estes requisitos, portanto quero personalizar alguns agradecimentos a amigos que me acompanharam na realização desta dissertação e que contribuíram para que pudesse concluir o mestrado com sucesso: André Ratinho, David Ferreira, Francisco Nogueira, Francisco Prata, Gonçalo Fonseca, Guilherme Ferreira, Helder Ramos, João Cruz, Kike Yin, Miguel Guimarães, Pedro Barros, Rafael Aragonez, Ruben Dias e Sheila Dionísio.

Aos meus pais, às minhas duas irmãs, entre outros familiares que considero próximos e à minha namorada pelo apoio incondicional no meu dia a dia, que me fazem não desistir.

Resumo

Nos dias de hoje a necessidade de novas formas de interpretação para economia é constante, a análise de dados estatísticos e econométricos não é suficiente quando se trata de uma ciência social e humana. A conversação económica deve ser enriquecida e aprofundada com novos indicadores que permitam analisar os mercados e completar a informação disponível para os estudos económicos, o fluxo noticioso proveniente dos media pode ser a base para o estudo do discurso económico.

Esta dissertação procura analisar as temáticas económicas com maior presença na imprensa, através da criação de um processo de codificação interpretativa que permita comprovar a possibilidade de validação de um barómetro económico através do conteúdo mediático e extrair valor acrescentado dessa matéria para o estudo da economia.

Palavras-chave: Top 10, media, barómetro, notícias económicas, alcance geográfico, políticas públicas, setores e negócios, macroeconomia, entidades, linguagem económica.

Classificação JEL: D83, H00

Abstract

Nowadays, we have to search for new forms of interpretation for the economy, the statistical and econometric data analysis is not enough when it comes to a social and human science. Economics conversation should create new indicators to analyse markets and complete the information available to economic studies, the elements from media can be the basis for the interpretation of economic speech.

This dissertation analyses the economic news with the biggest number of presences in the press, the main objective is the creation of an interpretive coding process that allow us to prove the possibility of validation of an economic barometer through the media content and give some empowerment to the study of economics.

Keywords: Top 10, media, barometer, economic news, geographical range, public policy, macroeconomics, business and sectors, economic speech, entities.

Jel classification: D83, H00

Índice

1. Introdução	1
2. Enquadramento Teórico.....	3
2.1. Introdução	3
2.2. Abordagem à retórica na economia	3
2.2.1. A Hermenêutica na Economia.....	6
2.2.2. Linguagem económica	7
2.3. A imprensa como transporte das palavras na economia	8
2.3.1. A construção de opinião pela imprensa	9
2.4. Comunicação como fenómeno: Estudo da economia pelo discurso.....	9
3. Metodologia.....	11
3.1. Introdução	11
3.2 Indicadores económicos: uma discussão	11
3.2.1 A natureza dos indicadores	11
3.2.2 Peças jornalísticas como dados.....	13
3.3 Notícias económicas: A base de dados	14
3.3.1 Fontes empíricas e organização dos dados	14
3.3.2 Construção de categorias e da grelha de análise	15
3.3.3. Carga valorativa das notícias	18
3.3.4 Alcance geográfico	19
3.3.5 Entidades.....	20
4. Análise Empírica	23
4.1. Introdução	23
4.2. Análise dos dados	23
4.2.1. Dados gerais agregados dos vinte meses	23
4.2.2 Estrutura temporal das notícias económicas.....	25
4.2.3. Distribuição da carga das notícias económicas.....	26
4.2.4. Distribuição geográfica das notícias	28
4.3. Distribuição das notícias por categoria de análise	31
4.3.1. Políticas públicas	32
4.3.2. Macroeconomia	33
4.3.3. Setores e negócios.....	34
4.3.4. Entidades e organizações	36
4.3.5. Distribuição por Setores.....	38

4.4. Casos mediáticos.....	39
4.4.1. A crise do Euro, abordagem dos media ao caso grego	39
4.4.2. Brexit: linguagem económica	43
4.4.3. Um caso nacional: TVI/Banif	44
5. Conclusões.....	46
Referências Bibliográficas.....	49

Índice de Figuras

Figura 1 - Componentes de Análise de Conteúdo	14
Figura 2 - Totais dos vinte meses em absoluto.....	24
Figura 3 - Totais em percentagem	24
Figura 4 – Distribuição semanal das notícias económicas no Top 10 (%).....	25
Figura 5 – Distribuição das notícias por carga valorativa	26
Figura 6 – Semanas com maior impacto positivo e negativo	28
Figura 7 – Distribuição geográfica das notícias nas 87 semanas	31
Figura 8– Notícias económicas da semana 26 (24 a 30 de junho de 2016).....	44

Índice de Quadros

Quadro 1 - “Top 10”, tabela geral	16
Quadro 2 - Exemplo de “Top 10”, estatísticas da semana 34 (22 a 28 de agosto de 2015)	17
Quadro 3 Exemplo “Top 10”, exemplo da semana 38 (19 a 25 de setembro de 2015)..	18
Quadro 4 – Distribuição das notícias por categoria.....	31
Quadro 5– 10 entidades com maior número de presenças ao longo dos 20 meses	38
Quadro 6 – Setores representados no Top 10	39
Quadro 7– Estatísticas das notícias que ocuparam a primeira posição durante o primeiro trimestre de 2015	42

Índice de Abreviaturas

BdP – Banco de Portugal

BCE – Banco Central Europeu

CE – Comissão Europeia

EU – União Europeia

FMI – Fundo Monetário Internacional

LCC – Laboratório de Ciências da Comunicação

ZE – Zona Euro

1. Introdução

A imprensa económica especializada tem vindo a afirmar que é necessário o desenvolvimento de novos indicadores para compreender as dinâmicas de uma economia em mudança (vide, *Financial Times*, 21 de março de 2016). Contudo, analisar a economia através da linguagem utilizada não é apenas um desafio analítico, é também uma condição para a podermos fazer parte da conversação (Klamer, 2007).

A pergunta de partida para esta investigação: é possível validar um barómetro para analisar o discurso económico através dos media? Procurando também resposta para as seguintes sub-questões: é possível desenhar um conjunto de categorias robustas para a matéria-prima noticiosa? É possível extrair tendências do discurso económico mediático? É possível relacionar esta abordagem com variáveis económico-financeiras convencionais?

O objeto de estudo da presente dissertação serão as notícias económicas extraídas do “Top 10” semanal do Laboratório de Ciências da Comunicação (LCC) do ISCTE-IUL, obtidas durante 20 meses, entre janeiro de 2015 e agosto de 2016. Tendo como objetivo o tratamento sistemático das notícias económicas que se destacaram na imprensa portuguesa, considera-se o fluxo noticioso como um indicador parcial e indireto sobre a natureza e evolução do fenómeno económico.

Para o tratamento rigoroso de informação e análise de dados, as notícias são classificadas através de um processo de codificação interpretativa, o que leva a uma reconstrução de significados dependente da perspetiva do analista. A substância da notícia permite a formação de várias categorias e subcategorias temáticas e a constituição de dimensões operacionais como: alcance geográfico (país, zona geográfica, zona monetária), entidade (Governo, Banco Central Europeu, Comissão Europeia, etc.) e carga valorativa da notícia (negativa, positiva, neutra). O tema da dissertação é útil para a avaliação da correspondência entre a atividade dos media e o comportamento da economia.

Na estrutura da presente dissertação constará no Capítulo 2 o enquadramento teórico, onde serão abordados os conceitos base para a investigação como a retórica e hermenêutica na economia, elementos que originam a linguagem económica e o fenómeno da imprensa como transporte das palavras na economia e como construtora de opinião, possibilitando o estudo da economia pelo discurso. O Capítulo 3 é metodológico e centra-se na construção dos indicadores e peças jornalísticas como dados para a investigação. Este capítulo define também a composição e utilidade da base de dados criada para a análise empírica da

dissertação. O Capítulo 4, a análise empírica, resulta da combinação entre os conceitos teóricos usados como base com a construção metodológica escolhida, formando assim uma análise ao discurso do fluxo noticioso económico presente na imprensa em Portugal, de forma a concluir se este pode ou não ser considerado como um barómetro económico. A dissertação termina com conclusões e implicações.

2. Enquadramento Teórico

2.1. Introdução

Este aborda os conceitos teóricos utilizados para a realização da análise empírica dos dados recolhidos. Dados esses provenientes do “TOP 10” semanal de notícias recolhidas pelo Laboratório de Ciências da Comunicação (LCC) do ISCTE-IUL. Este top é constituído pelas dez notícias semanais com maior incidência nos diversos meios de comunicação social nacional (Televisão, Jornais, sítios informativos, rádio, etc.). A análise incide sobre a interpretação das notícias económicas presentes no “top 10” do LCC durante 20 meses, todo o ano de 2015 e os primeiros oito meses de 2016.

Os dados permitem a realização da análise semanal, mensal, trimestral, semestral e anual. Assim podemos verificar o comportamento dos media nacionais no campo económico, a exposição mediática e económica que temos perante a economia mundial, quais os mercados mais importantes para Portugal, o comportamento dos agentes económicos e as estratégias de política económica nacional, a relação entre a política e a economia, o impacto dos agentes internacionais como o FMI, as agências de Rating, instituições europeias, grandes bancos de investimento na economia nacional.

Tudo isto se pode analisar recorrendo à leitura pormenorizada do discurso económico, método de apresentação do argumento, linguagem utilizada e modo de interpretação da notícia. Permitindo também a perceção da forma como a notícia é construída, a que tipo de discurso recorre e que tipo de compreensão e/ou mensagem pretende passar. A forma utilizada para abordar e interpretar as notícias extraídas do “Top 10” será baseada nos conceitos base de retórica e hermenêutica, como construtores da linguagem económica.

2.2. Abordagem à retórica na economia

Estudamos economia para perceber os contributos que outros economistas podem dar na conversação económica, sobre a verdade. Estamos constantemente a tentar obter a nossa verdade e implantá-la nos outros, pretendemos que os outros partilhem a nossa visão, tal como também procuramos saber o que os outros esperam da nossa parte (Klamer, 2007, p. 91).

Ciência significa todos os tipos de atividades, pessoas e instituições. Nela estão compreendidas muitas conversações e interações que ultrapassam o domínio da lógica e do fato, pois a ciência envolve um amplo conjunto de conversações. Não tendo a lógica e o fato como o caminho único para a verdade. Quando falamos e escrevemos entre economistas, construímos argumentos, utilizamos métodos de pesquisa, justificamos a metodologia como forma de persuadir o outro. Isto significa que recorreremos com alguma regularidade à retórica.

A retórica tem habitualmente uma conotação negativa, é considerada uma ferramenta da demagogia e da manipulação. É a arte de trabalhar com palavras, mas não só, aplica-se a qualquer outro meio de comunicação, os gestos e expressões faciais, as linguagens corporais podem envolver funções retórica também. Aristóteles definiu a retórica como a faculdade de observar qualquer caso, tendo em conta os meios disponíveis para a persuasão. Usamos a retórica de forma constante no dia a dia, em conversações com amigos, para conseguir emprego ou aprovação de determinado projeto. Os mercados são feitos de persuasão, as decisões no tribunal são feitas com base na persuasão. Na ciência a persuasão é fundamental, podemos ter uma ideia e/ou excelente conclusão de um estudo, mas temos de saber expor e promover perante os outros. Para este fim o cientista aprende a arte da retórica.

Muitos economistas desvalorizam a retórica, pois não a consideram necessária para a ciência, no entanto um conjunto de autores como Klammer e McCloskey consideram que todos os economistas e outros cientistas usam diversas metáforas e figuras retóricas como forma de defender o seu ponto de vista. Górgias considerava que: "O retórico é competente para argumentar contra qualquer um sobre qualquer assunto, para se demonstrar como mais convincente diante de uma multidão, mas não deve roubar a reputação de um médico ou artesão, simplesmente porque tem poder" (Klammer, 2007). Para Aristóteles, a retórica não deve ser vista como um elemento presente em tudo o que os seres humanos fazem, considera que a retórica pode ser deliberativa (discursos políticos), forense (tribunal) e epidíctica (funerais e casamentos).

A ideia de que um discurso científico se baseia exclusivamente na lógica deixou de fazer sentido. A arte da persuasão é fundamental e as contribuições persuasivas são raras. A Ciência não é simplesmente a construção de um modelo e o trabalho empírico para demonstração de resultados, pois consiste também em entrar na conversação e saber chamar a atenção para a mesma. Muitos dos grandes economistas escrevem sem

que o seu trabalho seja notado, é neste aspeto que a retórica pode fazer a diferença ao atrair a atenção. As regressões, compilações de dados e modelos constituem a prática científica diária. No entanto estamos em constantes discussões e trocas de impressões sobre os resultados obtidos, de modo a provar algum ponto de vista como certo ou errado, temos de ouvir os outros para termos a perceção do impacto do nosso trabalho. Faz parte da rotina de um economista a apresentação de seminários, como orador e como participante. As habilidades retóricas de um economista são as que o diferem de um filósofo.

Devemos estar preparados para algumas objeções e saber usar a ocasião para reforçar o nosso argumento, no entanto devemos sempre ter conhecimento das limitações e advertências do argumento. O público científico tende a aceitar mais facilmente um ponto de vista se reconhecermos as suas limitações. (Klamer, 2007). É necessário saber demonstrar ao público o quanto ele aprendeu com o argumento, quais as vantagens e saber como terminar deixando todos satisfeitos. A regra de ajuste da retórica ao público é uma das grandes lições de Górgias e Aristóteles. Isto significa que se um economista académico escrever para políticos ou para colunas de opinião de um jornal, deve excluir as equações, elasticidades e alguns conceitos da gíria económica, elementos que num discurso entre economistas nunca poderão ser excluídos. No entanto, nesta situação mencionada o economista pode conquistar um novo público, mas perder a atenção dos académicos.

Segundo McCloskey (1983, 1990) os economistas utilizam as metáforas exatamente da mesma forma que os poetas e romancistas. Alguns economistas recusam esta afirmação porque consideram que destrói o estatuto científico da economia. O que se pode justificar também pelo facto de a conversa dos poetas ser muito diferente ou mesmo contrária à conversa dos economistas, ainda assim a autora da afirmação reforça o fator comum de utilização de metáforas e a importância da narrativa.

Para um economista é imprescindível saber fazer uma leitura crítica de um texto e decifrar bem a sua mensagem, a denominada leitura retórica, que é difícil e demorada, mas permite uma perceção de texto muito mais eficaz. Este tipo de leitura centra-se na composição e construção do texto em si como forma de determinar a mensagem. Perceber a retórica numa conversação permite-nos saber a importância da argumentação na linguagem dos economistas. Persuasão requer argumentação (Klamer, 2007).

Os argumentos em economia devem ser habitualmente suportados por modelos, pois a convenção entre economistas consiste em formular a teoria com base em modelos recorrendo à estatística e aos estudos econométricos. No entanto entre ensaios e modelos a retórica é bastante importante para fazer face à incompreensão do público, um modelo pode ser muito avançado matematicamente, no entanto nem sempre funcionará em diferentes conversas e apresentações. As histórias relatadas por diferentes fações de economistas têm grandes diferenças, o que significa que o mesmo problema pode gerar diferentes interpretações, que por sua vez originam diferentes argumentos. Devemos estar aptos para perceber as diferenças entre histórias e conversações, para chegarmos à fonte do conflito. Parte dos desentendimentos estão relacionados com as diferenças na retórica entre economistas, não necessariamente com a economia. A diferenciação entre uma boa história e uma má história é feita pela audiência e público em geral, pela forma como a mensagem é transmitida e como é interpretada. Uma história emocionante é importante quando pretendemos estimular políticos, economistas e estudantes.

2.2.1. A Hermenêutica na Economia

A Hermenêutica é a filosofia de entendimento, base de apoio para a compreensão de palavras e ações, entre diversos tipos de produção, verbal ou escrita do outro, é a forma paradigmática de ler um texto através do uso de todas as formas de interpretação, o mesmo se aplica a todas as artes, ciências e vida quotidiana (Lavoie, 1991, p. 1).

As flutuações de preços, organizações industriais, instituições monetárias e financeiras são produtos da mente humana. A utilização da hermenêutica permite-nos compreender as ações dos economistas e agentes económicos. Don Lavoie propõe uma nova abordagem, mais interpretativa do que o habitual, para a economia. Um desafio ao modo como a economia era entendida, uma abordagem mais aberta, não tão quantitativa. Utilização de modos verbais na matemática, estatística e econometria.

Segundo Richard Rorty, a transformação filosófica denominada “viragem interpretativa” (*interpretive turn*) influenciou e influencia diversas ciências sociais e humanas como a psicologia, sociologia, antropologia, linguística, História, etc. A literatura de todas estas áreas é influenciada pela transformação filosófica supramencionada. Apenas a economia tem vindo a demonstrar alguma resistência a esta “viragem”. O que se deve ao facto de parte das elites da área económica não seguirem o

pensamento interpretativo e hermenêutico, os economistas modernos tendem a conversar mais com matemáticos, estatísticos e engenheiros e menos com historiadores e sociólogos e filósofos.

A abordagem interpretativa rejeita a ideia de que as ciências sociais e humanas devem ser modeladas sobre as ciências naturais, afirma que o objetivo é a compreensão dos assuntos humanos. O objeto de estudo deve determinar o método para o estudar. No entanto esta perspetiva tende a ser ignorada, especialmente na economia, o que se deve ao facto de parte dos economistas quererem fazer da economia uma ciência exata.

A manipulação de estatísticas, obtida através de modelos informáticos de simulação, é para muitos economistas a base para a afirmação de uma ciência exata. No entanto as estatísticas não constituem dados naturais, são o resultado da classificação e organização da ação humana (Lavoie, 1991, p. 36). O objeto de estudo da economia é a realidade humana, os processos e transformações nos mercados. Segundo a hermenêutica os seres humanos não são objetos, mas sujeitos, o que faz com que o estudo da economia não possa ser compreendido se o tentarmos fazer de forma meramente objetiva. Qualquer que seja o uso das técnicas e modelos de medição objetivas, os economistas deverão compreender que, tendo em conta o seu objeto, a explicação deve ser maioritariamente uma questão de interpretação.

2.2.2. Linguagem económica

Se considerarmos que a ciência é sempre baseada em fatos e lógica, cujo resultado é sempre a verdade, a economia e os economistas constituem neste caso uma grande surpresa. Segundo Klammer (2007, p. 15) a economia é uma conversação ou um grupo de conversações e os economistas estão envolvidos na conversação com outros economistas.

Os economistas estão em constante conversação, formal ou informal, científica ou literária. A transmissão de opiniões contribui para o estatuto e importância atribuída a um economista ou grupo de economistas. Este tipo de conversação inclui a escrita e leitura que o economista faz, bem como a argumentação matemática. A conversa entre economista origina regressões, cuja interpretação dos resultados origina novas conversações. Para poder fazer parte da conversa económica é necessário, um nível avançado de conhecimento sobre as diversas teorias formuladas, os economistas de

referência, domínio do econspeak. Estes são os requisitos básicos para fazer parte da conversação que pode ir desde as bases da economia aos estudos econométricos mais complexos.

Conversação significa estar ocupado com determinado objeto de estudo, pode ser feita através da literatura, deste modo, estamos em conversação com diversos atores da história da economia, sendo este o garante da partilha do conhecimento entre todos os economistas. A conversação não se limita a pessoas, envolve também tradições e literatura. O grande foco está por vezes na linguagem utilizada e artifícios retóricos criados pelos cientistas na divulgação da sua teoria. Isto obriga à reconstrução de factos e divulgação de papers. Por vezes surgem alterações na conversa que originam metáforas denominadas que McCloskey denomina como: “Turn conversation”. Segundo McCloskey a conversa implica a combinação da retórica com a hermenêutica, logo a arte do discurso combinada com a aptidão para a leitura e compreensão são os pilares da linguagem económica.

2.3. A imprensa como transporte das palavras na economia

A comunicação mediática como a conhecemos hoje, teve a sua origem ou expansão no início do século xx, especialmente nos Estados Unidos da América (EUA), com o aumento da produção jornalística para a opinião pública. Época em que surgiram também diversas escolas de jornalismo (Krippendorff, 2004, p. 23).

A análise quantitativa dos media precisa de ser suportada por uma base científica para a argumentação jornalística. Factos que podiam ser quantificados eram considerados irrefutáveis. Klaus Krippendorff (2004) afirma que na década de 1930 a 1940, surgiram novos veículos mediáticos com bastante influência como a rádio e posteriormente a televisão, que desafiaram o papel dos jornais como principal difusor de informação. As transformações de sistemas políticos para a democracia estavam bastante ligadas a esses novos meios de comunicação. Durante este período cresceu também a aceitação das ciências sociais e dos seus métodos empíricos. Esta época marcou o início dos estudos de análise da opinião pública, especialmente efetuados por sociólogos.

2.3.1. A construção de opinião pela imprensa

Julien Mercille (2015), autor que publicou uma obra sobre a política económica e a cobertura mediática da crise económica europeia especificando o caso irlandês, considera que a interação resultante das relações públicas governamentais, empresariais e institucionais podem construir uma opinião política e económica através da comunicação, processo denominado “senso comum” (Antonio Gramsci) consiste no recurso a motivos populares para uniformizar a opinião pública quanto a temas económicos, financeiros e políticos.

A quantidade de pesquisas sobre o papel dos media na crise global atual tem sido bastante reduzida, um estudo empírico realizado nos Estados Unidos demonstra que a comunicação social foi ineficiente no período que antecedeu a grande crise. Isto porque a imprensa financeira não conseguiu investigar ou não demonstrou determinadas práticas. Estudos semelhantes apresentaram o mesmo tipo de conclusões sobre a imprensa financeira britânica, argentina, suíça, espanhola, alemã e irlandesa, ou seja, alertaram para a falta de eficiência dos media para o aviso de acidente iminente. A ausência de pesquisa e investigação na área económica e financeira dos media pode-se prender com a falta de tempo, impedindo os jornalistas de prosseguirem e concluírem com qualidade as investigações e também à falta de formação económica e financeira dos jornalistas e repórteres. Alguns estudos descrevem as metáforas e linguagem utilizada sobre a crise, mas muito poucos analisam o sistema político e económico em que os media estão inseridos.

2.4. Comunicação como fenómeno: Estudo da economia pelo discurso

A transição da análise quantitativa para a análise de conteúdo foi um dos grandes passos da época, uma revolução jornalística. O que se sucedeu devido ao envolvimento e interesse dos cientistas sociais neste tipo de debate, lançando novas questões. Os conceitos criados pelos cientistas sociais foram motivados pelo interesse no estudo dos símbolos, estereótipos, estilos, propaganda e valores. Os analistas começaram a usar novas ferramentas estatísticas, provenientes de outras áreas do conhecimento. No entanto neste tipo de análise deve-se ter em conta que o “conteúdo nem sempre está

ligado á comunicação, o modo de leitura e interpretação difere de pessoa para pessoa”.¹ Krippendorff (2004) considera que as mensagens devem ser trabalhadas para a interpretação da audiência. São raras as interpretações em que todos os comunicadores concordam e quando acontece, deve-se por norma a mensagens com conteúdo insignificante.

Os analistas de conteúdo que procuram informação política deparam-se habitualmente com o facto de indicadores quantitativos serem insensíveis e pouco reveladores nalguns aspetos. Mesmo quando existem muitos indicadores estatísticos disponíveis, nem sempre conduzem um estudo às melhores conclusões, o que faz com que a análise qualitativa tenha de ser usada sistematicamente. No entanto mesmo através da observação e junção de indicadores quantitativos e qualitativos os analistas podem ter interpretações diferentes sobre estratégias de comunicação política.

¹ “Content is not inherent to communication. People typically differ in how they read texts.” (Krippendorff, 2004, p. 27)

3. Metodologia

3.1. Introdução

Este capítulo tem como objetivo a apresentação dos indicadores utilizados para podermos fazer a análise da composição das notícias mais vistas nos principais meios difusores de informação em Portugal.

3.2 Indicadores económicos: uma discussão

3.2.1 A natureza dos indicadores

A publicação *The Economist* (1992) considera que os indicadores podem ser manipulados, permitindo demonstrar quase tudo. Por isso o guia alerta-nos para o ponto mais importante: saber interpretar os indicadores. Para essa interpretação é importante definir o que são indicadores, o que eles representam e o que significam, onde e quando são publicados. Deve-se entender que confiança merecem e como devem ser revistos e interpretados.

Podemos entender a importância da interpretação de indicadores económicos e estatísticas publicadas se partimos do princípio que serão o suporte para obter o melhor rendimento de um investimento, avaliar empresas e produtos, avaliar o momento dos investimentos e respetivos mercados, entender o comportamento de determinada economia, analisar a política económica de um governo, obter informação sobre países, mercados e produtos desconhecidos. A interpretação dos indicadores fornece-nos um meio eficaz de comparação, previsão e de compreensão de notícias

Diariamente são publicadas grandes quantidades de indicadores económicos. Entre meios de informação e relatórios especializados, como os difundidos pelas instituições financeiras (*The Economist*, 1992). Cada país tem as suas próprias fontes estatísticas nacionais, em Portugal temos o Instituto Nacional de Estatística (INE), o Banco de Portugal (BdP), a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), etc. Existem também as fontes internacionais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização das Nações Unidas (ONU), a Comissão Europeia (CE) e o Banco Central Europeu (BCE).

Para a interpretação de indicadores económicos devemos ter sempre em conta fatores como a entidade que os produz. Os momentos de mudança, ou seja, variações e os níveis de inflação também devem ser tidos em conta. A análise deve ter sempre em consideração da grandeza dos indicadores, isto é, devem ser comparadas com variáveis de elevado grau de correlação, de forma a que o resultado permita uma conclusão objetiva (*The Economist*, 1992). Podemos usar como exemplo o emprego e o PIB, pois são indicadores que por norma se influenciam mutuamente, um aumento do PIB pode significar um aumento da percentagem do emprego.

Os indicadores podem ser definidos como: “uma representação operacional de um atributo (característica, propriedade e qualidade) de um sistema” (Gallopín, 1997).² Existe também a tese de que os indicadores foram criados apenas para produzir uma simplificação da realidade, que poderão constituir apenas um meio facilitador para avaliação de investimentos, implementação e avaliação de políticas macroeconómicas, estudos de mercado, níveis de desenvolvimento. O melhor exemplo para o confirmar pode centrar-se na campanha política, enquadrando-se na estratégia mediática das diversas candidaturas, o uso dos indicadores como demonstração de resultados e/ou perspectivas futuras em benefício ou detrimento de uma Política Macroeconómica praticada. Com base na interpretação dos indicadores existentes as diversas candidaturas vão centrar a sua campanha numa estratégia de alteração ou melhoria dos mesmos, prometendo por exemplo mais investimento público ou redução da carga fiscal, se considerarem que poderá estimular a economia, programas de apoio às exportações se a interpretação dos indicadores apontar para as exportações como necessidade. De Greene (1994) afirmou que os indicadores nem sempre são usados com fins meramente objetivos e científicos, reforçando a ideia de que o poder político recorre a uma prática de contabilidade criativa como forma de reforçar a sua posição.³

Os indicadores, qualitativos e quantitativos, constituem ferramentas em constante desenvolvimento. Os indicadores fazem parte de uma realidade complexa, são uma necessidade para a imprensa, permitem maior critério para a exposição e argumentação e também a simplificação dos factos já mencionada. No entanto, o desejo de simplificação consiste na possibilidade de utilizar os indicadores como forma de expedita entender/analisar.

² “an operational representation of an attribute (quality, characteristic, property) of a system.”

³ “Indicators are not necessarily collected or used in a purely objective, scientific manner. Power politics and creative accounting frequently influence these practices as power holders try to look their best.” (de Greene, 1994)

3.2.2 Peças jornalísticas como dados

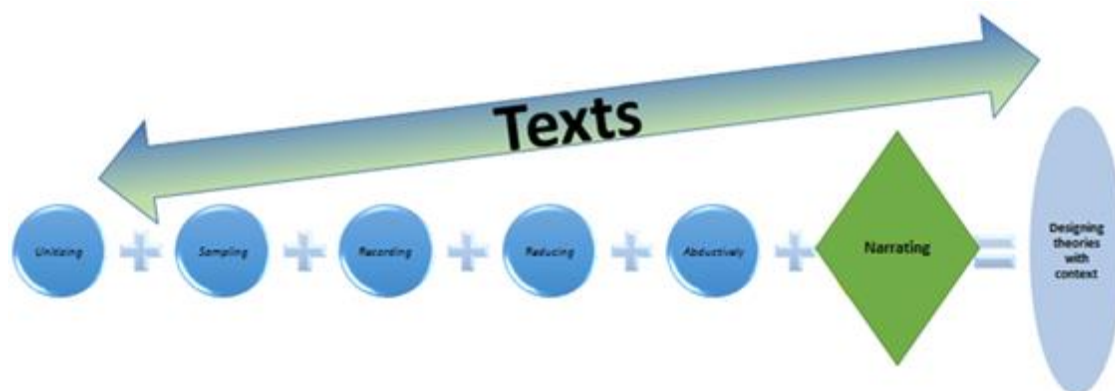
A categorização das notícias permite-nos agrupar as diversas temáticas económicas, permitindo avaliar a visibilidade de cada acontecimento ao longo do ano sobre os mercados e até fazer estudos de correlação entre variáveis como o PIB e categoria de notícias nos períodos de tempo estipulados. Esta categorização permite uma recolha de dados que constitui uma base empírica para suportar a análise da imprensa como indicador importante na medição do comportamento da economia nacional, europeia e mundial.

Usamos categorias e subcategorias temáticas, para poder etiquetar e criar o conteúdo para análise, conseguimos perceber qual é o maior foco dos media nacionais sobre as notícias económicas, e automaticamente os pontos de interesse e níveis de procura por parte da população. Esta categorização permite perceber e comparar se o impacto das Políticas de Estado e Macroeconómicas é maior ou menor que o do setor privado, e dentro do setor privado e público quais os assuntos mais debatidos, política fiscal e orçamental, entre os negócios a banca, telecomunicações, etc.

Segundo Krippendorff (2004, p. 83), realidades institucionais são a base da categorização da notícia. A opinião pública é uma construção baseada na linguagem das ciências sociais, mais particularmente da estatística. Para podermos analisar o conteúdo da linguagem dos media devemos recorrer a métodos de operacionalização como:

- Unitização: esquemas de uniformização de conteúdo, analisando o texto como uma unidade;
- Amostragem: utilização de planos de demonstração, através da demonstração de conjuntos exemplificativos escolhidos para simplificar a análise;
- Codificação/gravação: utilização de instruções de codificação, definição de regras para recolha e seleção de informação.
- Redução de dados para representações: simplificação e perceção de dados, para poder trabalhar com os dados recolhidos em unidades.
- Indução na análise de fenómenos textuais: recorrer a construções analíticas e/ou formulação de modelos, permitindo a comparação e correlação com outras construções textuais semelhantes.
- Narração da resposta para a questão de pesquisa: utilização de uma narrativa e/ou discurso, argumentação e defesa das conclusões retiradas, ou seja, resultados obtidos com a investigação e o que esta prova.

Figura 1 - Componentes de Análise de Conteúdo



Fonte: adaptado de diagrama original de Krippendorff (2004, p. 86)

3.3 Notícias económicas: A base de dados

3.3.1 Fontes empíricas e organização dos dados

As notícias utilizadas são extraídas da base de dados do LCC do ISCTE-IUL, mais especificamente do “Top 10” semanal, que consiste na seleção das dez notícias com maior impacto (sobre as quais foram publicadas mais amostras) em cada semana nos principais meios de comunicação social existentes em Portugal, provenientes os jornais mais lidos (Expresso, Correio da Manhã, Público, etc.), as estações de televisão desde as quatro genéricas aos canais informativos, passando também pelas principais estações de rádio e jornais online.

A análise é baseada num conjunto de 11881 notícias do ano de 2015, onde 3551 foram económicas e 8513 notícias dos primeiros oito meses de 2016, das quais 2679 foram económicas. Os números extraídos permitem a construção de uma tabela com as primeiras dez notícias de cada semana com maior número de presenças, ficam organizadas por ordem descendente de acordo o número absoluto e percentual de cada notícia presente no top. As conclusões e análises podem ser feitas com base em dados quantitativos semanais, mensais, trimestrais, anuais ou até referentes a todos os 20 meses.

3.3.2 Construção de categorias e da grelha de análise

Segue-se a seleção das notícias que abordam temáticas económicas entre as primeiras dez da semana, para possibilitar a categorização das notícias, passando a ficar filtradas por categorias e subcategorias atribuídas de modo a que seja possível agrupar por temáticas (Ex: Macroeconomia, Políticas Públicas, Setores e Negócios) e estudar o foco dos media portugueses por temas, especificando na coluna seguinte a entidade sobre a qual incide cada notícia económica (Ex: Governo, Comissão Europeia, BES). O alcance, geografia e país também constam na tabela para que seja possível saber a origem e propagação geográfica de cada notícia, distinguir as internacionais das nacionais e regionais, que regiões e países afetam e qual a origem das notícias internacionais económicas que mais marcam presença nos media portugueses. Por fim classifica-se a tendência de cada notícia como negativa, positiva ou neutra para avaliar cada semana, mês, trimestre ou ano como pessimista ou otimista e perceber se a construção da notícia em si pode influenciar a tendência ou se a própria notícia pode ser vista de diferentes perspetivas que alteram a tendência.

Das tabelas semanais construídas extrai-se também o rank médio das notícias económicas presentes no “top 10” semanal, mensal e trimestral e o peso percentual dos temas económicos em cada semana, bem como a percentagem das notícias sobre assuntos económicos do “top 10” no conjunto total das notícias da semana (não se limita ao top, mas ao total geral).

Quadro 1 - “Top 10”, tabela geral

Notícia	Posição no TOP	Número Absoluto	% de notícias	Económica - Sim/Não	Categoria Temática	Subcategoria	Entidade	Alcance	Geografia	Países	Positiva/Negativa/Neutro
Grande Total											
			XXX								

Os temas que ocuparam com maior regularidade as primeiras três posições do “Top 10” semanal, serão exemplificados através das seguintes tabelas da semana 34, e semana 38 (semana onde não constaram notícias económicas no top), representadas nas Tabelas 2 e 3, semanas em que a proximidade às legislativas centrou a atenção mediática sobre as diversas ações de campanha, e a questão das migrações e da guerra na Síria manteve presença reforçada no “Top 10”.

Quadro 2 - Exemplo de “Top 10”, estatísticas da semana 34 (22 a 28 de agosto de 2015)

Notícia	Posição no TOP	Número Absoluto	% de notícias
Refugiados migrantes na Europa	1	66	16%
Crise nas bolsas chinesas (“Segunda-Feira negra”)	2	36	9%
Futebol: Segunda jornada da I Liga	3	18	4%
Estatutos da PSP e GNR	4	17	4%
Mundiais de atletismo em Beijing	5	16	4%
Fogos florestais	6	13	3%
Suspensão da pesca de sardinha (quotas)	7	11	3%
Tentativa de ataque armado em comboio (Amesterdão-Paris)	8	10	2%
Lesados do GES	9	9	2%
2.ª mão play-off Champions League: CSKA - Sporting	10	9	2%
Grande Total		205	49,0%

Nota- criado com base nos dados extraídos do LCC do ISCTE-IUL, aplica-se a todas as figuras e tabelas presentes nesta dissertação

Quadro 3 Exemplo “Top 10”, exemplo da semana 38 (19 a 25 de setembro de 2015)

Notícia	Posição TOP	no	Número Absoluto	% de notícias
Refugiados migrantes na Europa		1	61	15%
Campanha eleitoral (ações da coligação PàF)		2	47	11%
Campanha eleitoral (ações do PS)		3	36	9%
Eleições na Grécia de 20 de setembro		4	32	8%
Legislativas: Sondagens		5	22	5%
Caso Sócrates		6	19	5%
Campanha eleitoral (ações da CDU)		7	17	4%
Visita oficial do Papa Francisco a Cuba e EUA		8	15	4%
Futebol: Quinta jornada da I Liga		9	14	3%
Campanha eleitoral (ações do BE)		10	13	3%
Grande Total			276	67%

3.3.3. Carga valorativa das notícias

Os dados recolhidos nestes 20 meses permitem-nos constatar que grande parte das notícias económicas do “top 10” tem carga negativa, porque 2015 foi marcado por diversos escândalos económicos, como a falências de instituições bancárias, o Panamá papers, o escândalo do HSBC, etc.

Muitas vezes recebemos uma notícia negativa, associada ao elevado risco de um setor/empresa devido aos maus resultados financeiros, no entanto recebemos de seguida as soluções apresentadas como positivas devido às previsões e/ou alterações propostas. A subjetividade dos temas económicos pode ser posta. Com os instrumentos apresentados neste capítulo podemos quantificar a presença económica na imprensa

nacional e avaliar o quanto a imprensa pode ser um indicador válido para percebermos o comportamento de instituições, Estados, empresas e setores específicos. As secções que se seguem apresentam cada categoria da tabela mais detalhadamente, ou seja, os instrumentos de medição que nos permitem analisar o conteúdo e comparar resultados, avaliar a importância e o alcance geográficos. Podemos também constatar quais as prioridades dos media nacionais, perceber a importância atribuída à Economia nos órgãos de comunicação social e comparar a tendência com a evolução do PIB.

Podemos considerar uma notícia neutra, positiva ou negativa consoante a forma como nos for apresentada pelos jornalistas, comentadores e economistas. Podemos assumir que as medidas da austeridade serão duras, antidemocráticas e geradoras de desigualdade, no entanto, o argumento contrário também nos pode ser apresentado. Para exemplificar, podemos usar a afirmação de que estas são inevitáveis e de que posteriormente irão trazer maior competitividade e crescimento económico. Se optarmos por uma visão analítica, a primeira questão que nos surge será, qual a veracidade das previsões? Em 2016 já com alguns resultados da receita à vista na Zona Euro, será afina a venda de pacotes de austeridade positiva ou negativa. A retórica dos economistas defensores desta tem vindo a sofrer alterações, as correntes alternativas tendem a tornar-se mais visíveis e mediáticas.

Os escândalos financeiros, o branqueamento de capitais e o recurso ao dinheiro público para salvar instituições financeiras com gestão danosa apresentam-se como notícias negativas em qualquer contexto. No entanto a linguagem da política económica, utilizada para defender correntes de austeridade vs investimento, pode ser vista como negativa ou positiva consoante a qualidade do argumento apresentado, os indicadores estatísticos, o discurso tende também a sofrer alterações consoante os resultados atingidos, como o emprego e a estabilidade da segurança social. Um discurso macroeconómico utilizado e conotado como positivo há cinco anos atrás pode hoje ser visto como negativo.

3.3.4 Alcance geográfico

A utilização do alcance geográfico das notícias como indicador serve para entender o interesse do consumidor de informação em Portugal, bem como as categorias de notícias com mais contágio internacional, os setores e temas mais privilegiados pela comunicação social a nível mundial, o peso da economia internacional, europeia e

lusófona na imprensa portuguesa. A reação dos mercados e consumidores portugueses à conjuntura internacional e o comportamento do sistema financeiro mundial perante a pressão mediática. A relação entre os diversos setores como o sistema bancário a nível global. A dependência e enfoque mediático na União Europeia e instituições, e a interdependência dos reguladores portugueses e europeus (BCE, a CMVM, o BdP). A análise dos diversos escândalos económicos internacionais pela imprensa em Portugal.

Segundo parte dos críticos e analistas da ordem político-económica mundial o caminho para a globalização é inevitável, algo sem precedentes, logo a influência das organizações supranacionais terá cada vez mais impacto nas economias locais (O'Hara, 2004). A literatura sobre a economia política global está repleta de discussões da essência do “global”, “transnacional”, “internacional” ou “supranacional”. A globalização é assimétrica e irregular (Holm e Sørensen's, 1995), por isso iremos verificar que o foco das notícias internacionais vai incidir mais sobre determinados atores específicos concentrados nas mesmas zonas geográficas, devido ao impacto e influência das diversas potências económicas, militares. O denominado mundo ocidental (UE, EUA) e os estados emergentes (BRICS).

As notícias económicas supranacionais mais relevantes, que podemos considerar que terão impactos sistémicos para Portugal tem maioritariamente origem em instituições como o Banco Central Europeu (BCE), Comissão Europeia, Parlamento Europeu, Governos Europeus (Grexit, Brexit), Troika, etc. Isto significa que o fator de proximidade e relação comunitária e monetária, justifica que dentro da dimensão supranacional os media nacionais dêem maior palco a estes atores.

3.3.5 Entidades

Analisar as entidades permite-nos perceber se a presença mediática de Governos e instituições internacionais têm mais ou menos impacto que a dos bancos e outras empresas no setor privado, e perceber o efeito contágio que alguns estados e/ou empresas podem ter na economia nacional e mundial, especialmente em zonas monetárias específicas.

A análise da presença de entidades permite a avaliação do risco sistémico, medir a confiança dos mercados e consumidores em determinados agentes económicos,

políticos e reguladores, bem como a reação geral aos escândalos financeiros, a interação das nações e zonas monetárias no comércio internacional.

Mario Draghi, presidente do Banco Central Europeu (BCE) em 2015 anunciou que iria fazer de “tudo o que fosse preciso”⁴ para salvar o Euro, através da emissão de Eurobonds, que possibilitaria aos países periféricos taxas de juro mais baixas, isto com o apoio dos Estados-membro (EM) mais fortes. No entanto existiu alguma oposição por parte dos países centrais, pois iria expô-los a perdas. (Julien Mercille, 2015). Com a divulgação deste tipo de discurso mediático podemos analisar a diferenciação de discursos entre nações de uma zona monetária com instituições centrais e o papel das negociações para a reformulação de discurso, a oscilação entre os impactos positivos e negativos nos EM. Uma corrente alternativa de economistas defende que para solucionar este conflito deve ser estabelecido um sistema federal com uma união fiscal, isto iria levar à constituição de um orçamento europeu para todos os EM e à definição de prioridades estratégicas comuns.⁵

Esta afirmação sugere uma alteração de discurso que poderia alterar toda a construção e conjuntura económica europeia, que gera alguma polémica, logo justifica um grande impacto mediático que conduz a UE para um longo diálogo económico entre EM em conflito de interesses, instituições europeias em reformulação e choque entre sistemas financeiros, legais entre reguladores, governos e bancos. Se analisarmos a abordagem dos media nacionais perante este tema específico, podemos observar a posição das diversas entidades envolvidas, bem como as teses pró e contra a uniformização fiscal e analisar os índices de confiança do público em geral. O que permite uma análise mais aprofundada de relação entre os media e o público, quem é que cria mais impacto no outro e o peso de economistas e comentadores de destaque académico.

Tendo em conta a quantidade e velocidade de circulação de informação atualmente, podemos também avaliar qualitativa e quantitativamente o impacto dos escândalos económicos. Perceber se afetam e de que modo a credibilidade e imagem dos diversos agentes económicos, políticos e mediáticos. O foco nas entidades permite também a análise às consequências e alterações legais na regulação e os índices de confiança dos

⁴ Mario Draghi, announced that it would do “whatever” it takes to preserve the euro. (news conference to announce the bank's interest rate decision in Frankfurt on July 16)

⁵ “Another alternative would be to establish fiscal federalism and a full fiscal union. This would create a European federal state that could raise its own taxes and operate its own budget for all member states. It could also issue federal bonds (Eurobonds), borrow and spend to recapitalize banks, undertake investment projects across the Eurozone, or for any other priority it may set for itself.” (Julien Mercille, 2015)

consumidores e investidores perante uma política económica incapaz de combater o branqueamento de capitais, entre diversos outros crimes de natureza fiscal.

4. Análise Empírica

4.1. Introdução

Com base nos dados obtidos, torna-se possível decifrar qualitativamente a linguagem económica e a forma como os meios de comunicação em Portugal abordam os temas, o tipo de retórica usado e que tipo de interpretação pretendem por parte do público em geral, desde a composição mediática das políticas macroeconómicas e políticas públicas à relação com os governos e instituições europeias e internacionais e qual a maior tendência (negativa, neutra ou positiva) das notícias. Quanto às fontes das notícias internacionais será feita uma análise de perceção, isto é, se são de algum modo transformadas pela imprensa portuguesa ou apenas transcritas.

Este capítulo permite uma avaliação das relações entre economia, política, imprensa e setor financeiro na ótica da imprensa portuguesa, bem como o estudo do efeito das relações entre estes. Será feita também uma análise à forma como as notícias são veiculadas, se as estratégias de comunicação são vantajosas ou não para o setor financeiro.

Este capítulo permite que de acordo com os dados obtidos e da forma como foram categorizados e trabalhados explorar o valor extra do estudo do fluxo noticioso como indicador relevante para o estudo do fenómeno económico.

4.2. Análise dos dados

4.2.1. Dados gerais agregados dos vinte meses

Durante os vinte meses observados foram recolhidas 35412 notícias no total para determinar as dez mais publicadas de cada semana. Foram utilizadas 20394 para a representação do “top 10”, o que significa que 57,6% das notícias integraram o top, 6230 notícias económicas fizeram parte destas. As notícias económicas representaram 30,5% das 20394 que construíram o top e 17,5% das 354412 observadas. A economia ocupou a quinta posição do top, 5,2 foi o rank médio das notícias económicas no top.

Figura 2 - Totais dos vinte meses em absoluto

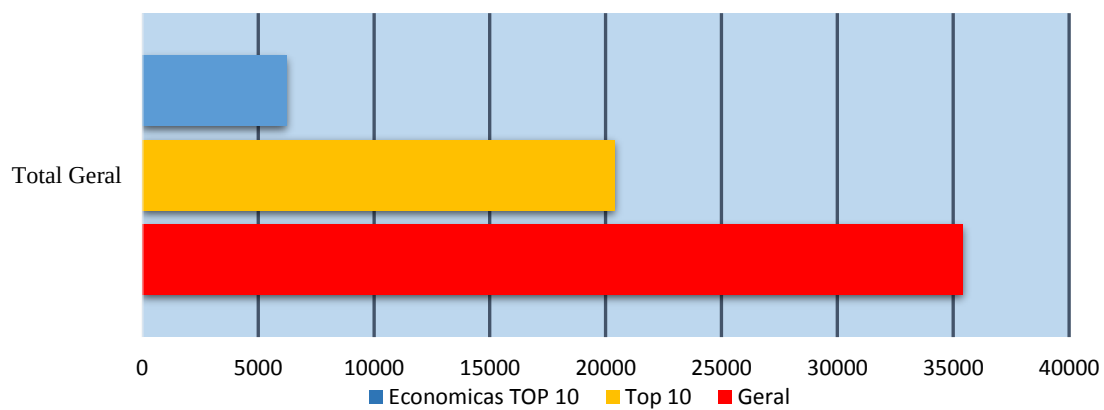
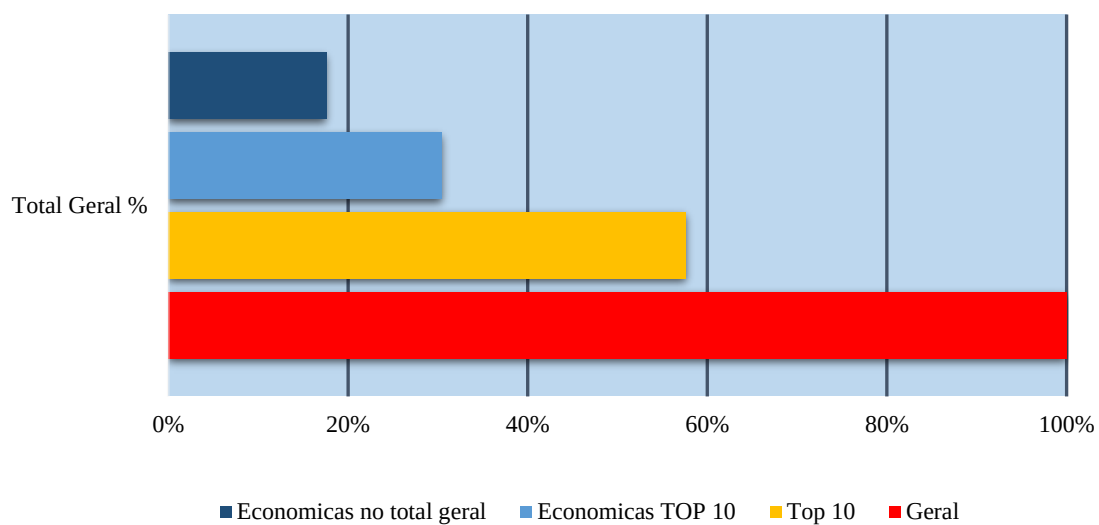
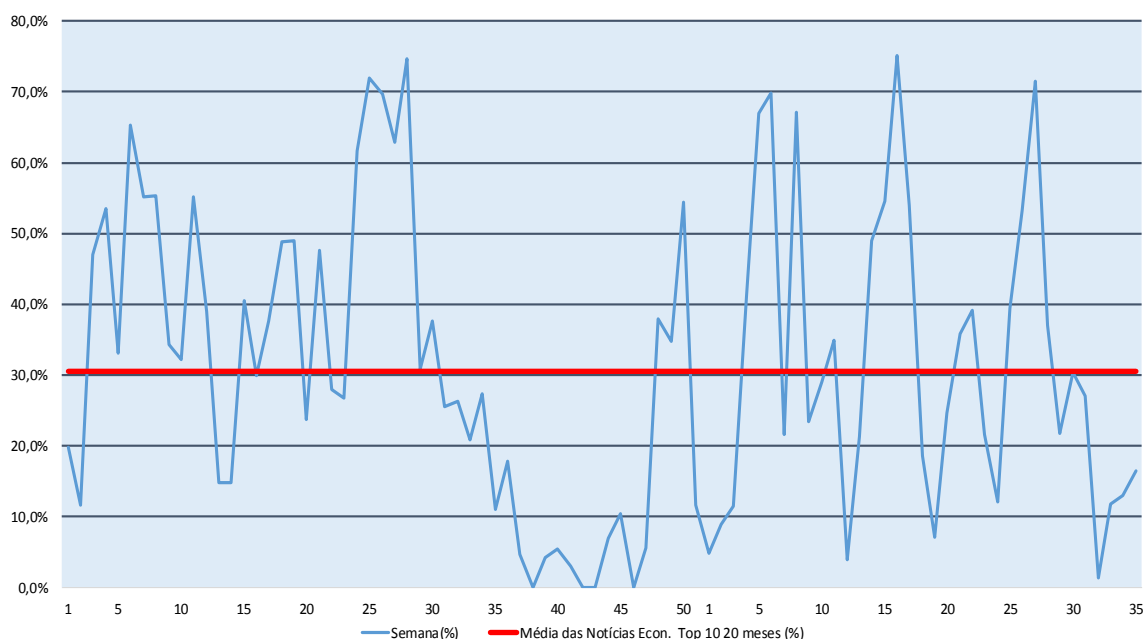


Figura 3 - Totais em percentagem



4.2.2 Estrutura temporal das notícias económicas

Figura 4 – Distribuição semanal das notícias económicas no Top 10 (%)



O trimestre com maior percentagem de notícias económicas no top 10 ao longo dos 20 meses observados foi o segundo trimestre de 2015, o peso foi de 43,6%, o que contou com menor representação foi o quarto trimestre de 2015, apenas 12,6%. Estes dados refletem-se na observação mensal, porque o mês com maior peso percentual de temas económicos no top foi julho de 2015, 55,3% das amostras recolhidas eram económicas, enquanto em outubro de 2015 a economia representou apenas 2%. A semana com maior peso percentual de temas económicos no “top 10” foi a semana 16, em abril de 2016 com 75,1% de amostras recolhidas. No entanto a semana 25 em julho de 2015 e a semana 27 em julho de 2016 obtiveram percentagens muito próximas, com 72% e 71,5% respetivamente. Existiram quatro semanas sem amostras económicas no “top 10”, todas durante o ano de 2015, a semana 38 em setembro, as semanas 42 e 43, ambas em outubro e a semana 46 em novembro. Num total de 87 semanas observadas (52 em 2015 e 35 em 2016), apenas em quatro não constaram notícias económicas no top.

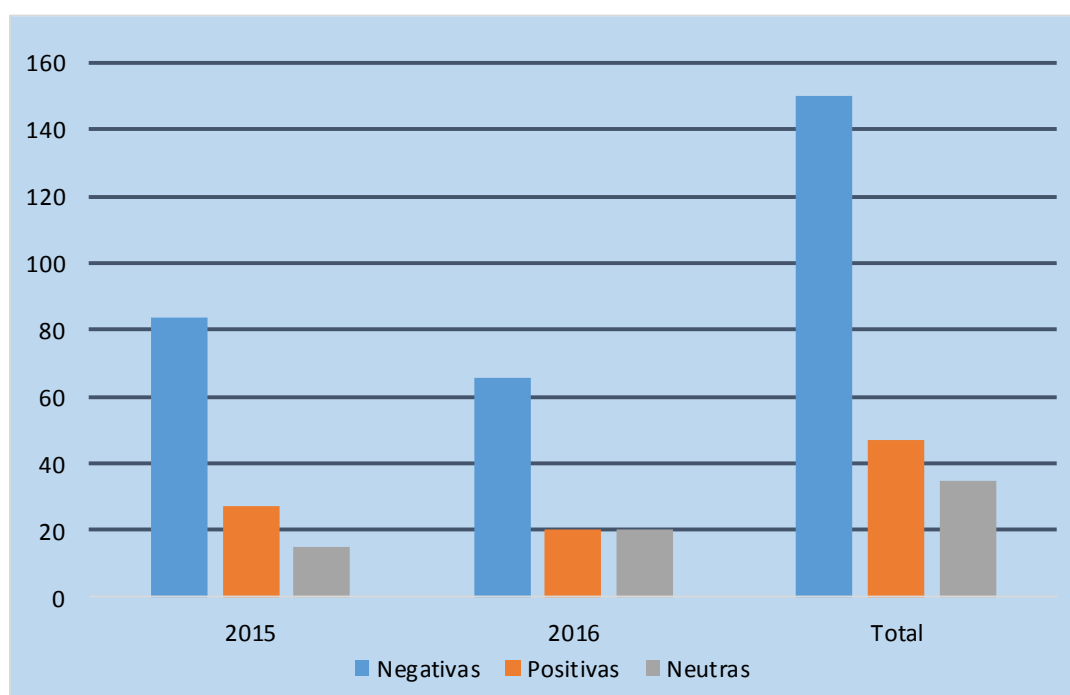
Os dados recolhidos permitem afirmar que o número de amostras sobre temáticas económicas nos nossos meios de comunicação social não é muito elevado, no entanto as recolhidas recebem sempre grande destaque, estando quase sempre presentes nos Top 10 de cada semana. O rank médio da economia é 5,2. O que significa que ocupa geralmente a 5ª posição da atenção mediática nacional, o que não deixa de ser uma

posição favorecedora, sabendo que 2015 foi um ano muito marcado pela Política, ano de legislativas (solução de governo nunca antes vista em Portugal) e muito próximo das Presidenciais 2016, que decorreram em janeiro. Os atentados e sucessivos ataques terroristas por diversos pontos do globo, a guerra da Síria, expansão das células terroristas também tiveram posições de destaque nestes vinte meses.

Já o início de 2016 ficou marcado por uma reduzida presença de notícias económicas. O primeiro trimestre teve 31,2% de presença de temas económicos entre os “top 10” das 13 semanas. No entanto, o mês de fevereiro foi exceção, especialmente durante as primeiras quatro semanas onde a economia marcou presença forte no “top 10”, percentualmente a rondar os 70%. Esta presença económica esteve relacionada com ênfase em linhas gerais do Orçamento de Estado para 2016 (OE2016), que entre as semanas 3 e 10 foi o primeiro tem económico do “top 10” e foi mesmo o primeiro tema do “top 10” nas semanas 5,6,8 e 9 do primeiro trimestre de 2016.

4.2.3. Distribuição da carga das notícias económicas

Figura 5 – Distribuição das notícias por carga valorativa



Durante quase todos os trimestres observados o número de notícias positivas e neutras somadas é inferior ao das notícias negativas, a única exceção foi o quarto trimestre de 2015, as notícias negativas estiveram em maioria, mas a diferença foi menos acentuada, no entanto este foi um trimestre com muito poucas notícias económicas. A linguagem

predominante é negativa, o que pode ser explicado por vários fatores como: o número elevado de escândalos no setor financeiro (BES, PT), os casos internacionais mais marcantes como o Grexit, Brexit, HSBC (Swissleaks), lava jato e crise na bolsa chinesa.

Os trimestres com o maior número de amostras recolhidas com linguagem positiva foram o segundo e terceiro de 2015, ambos com oito notícias positivas somadas ao longo do trimestre. A semana 32, de 8 a 14 de agosto de 2015 foi a primeira semana observada com três notícias positivas, no entanto a economia surgiu apenas a partir da sexta posição no top desta semana que contou com quatro notícias económicas, três positivas e uma negativa. Das três positivas duas estavam relacionadas com o sucesso dos acordos negociados dentro do parlamento grego e do governo grego com os credores internacionais para o terceiro resgate e uma notícia relatava a divulgação dos dados do INE sobre o desempenho da economia portuguesa entre abril e junho, época em que o PIB cresceu 1,5% em comparação com o segundo trimestre do ano anterior atingindo valores de crescimento acima da média europeia. Apesar da positividade das notícias, a linguagem económica dos media não teve lugar de destaque, a semana 32 totalizou apenas 36 notícias económicas no “top 10”, representando apenas 26,3% do mesmo, garantindo apenas a oitava posição no rank médio.

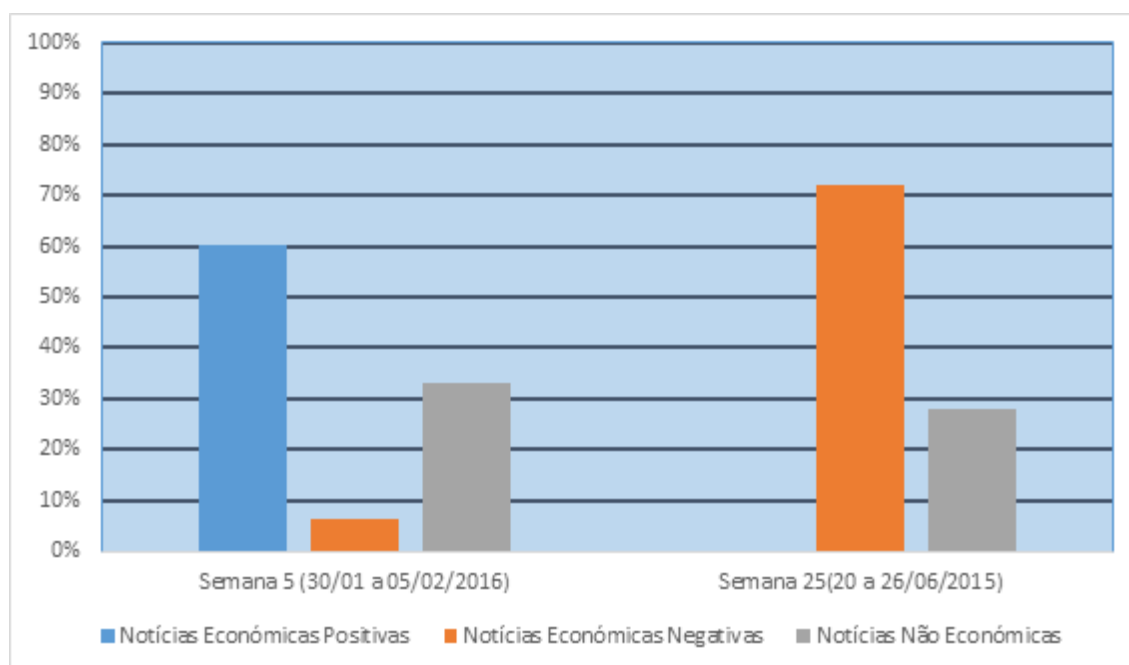
Na semana 49 (5 a 11 de dezembro de 2015), durante o quarto trimestre observado surge a primeira e única semana entre os vinte meses em que todas as notícias económicas do top foram positivas, o top contou com três temas económicos. A economia teve um rank médio de 3,3 durante esta semana, porque as notícias económicas assumiram a primeira, terceira e sexta posição, apesar do posicionamento, não se destacaram em termos absolutos e percentuais, a economia representou apenas 38% do “top 10”. A notícia que teve a primeira posição do top foi sobre o cumprimento das metas do défice para 2015, que ficou abaixo dos 3%, no entanto foram recolhidas apenas 25 amostras, uma diferença muito reduzida para a notícia sobre as eleições regionais em França, que ocupou a segunda posição com 22 amostras observadas.

Todas as notícias económicas da semana 49 foram categorizadas como “Políticas Públicas”, a notícia que ocupou a terceira posição do top continha linguagem positiva porque abordou a intenção do governo português de aumentar o salário mínimo para 530€, e a última notícia económica presente no top, que ocupou a sexta posição centrou-se nas declarações do ministro das finanças alemão, “o ministro das Finanças alemão diz ter ficado satisfeito com as garantias deixadas pelo homólogo português em

Bruxelas. Wolfgang Schäuble destacou o facto de Mário Centeno ter prometido que Portugal vai mesmo cumprir todos os compromissos europeus” (RTP 1, 08/12/2015).

A semana com maior impacto positivo no “top 10” foi a semana 5 (30 de janeiro a 5 de fevereiro de 2016), durante esta semana o rank médio da economia foi 5,3 e estiveram três notícias económicas entre as dez principais, das quais duas foram negativas, no entanto a única notícia económica positiva esteve na primeira posição com uma larga vantagem absoluta e percentual em comparação com as restantes. A semana 5 ficou marcada pela aprovação do OE2016, foram recolhidas 148 amostras sobre esta notícia, em 245 que formaram o top 10 e 414 que formaram o total das observadas, o que significa, 35,7% do total das notícias observadas, e 60,4% do top.

Figura 6 – Semanas com maior impacto positivo e negativo



Nota: Este gráfico foi construído para comparação entre a semana 5 (teve o impacto mais positivo dos 20 meses observados, 60,4%) e a semana 25 (semana com o impacto mais negativo, 72%)

4.2.4. Distribuição geográfica das notícias

O número de amostras recolhidas sobre temas económicos nacionais foi superior ao número de temas internacionais em todos os trimestres analisados, embora, grande parte das notícias consideradas nacionais tivessem relacionadas com pressões e negociações europeias e/ou internacionais, mas tinham como foco as políticas orçamentais ou determinados setores empresariais em Portugal. O trimestre com maior número de notícias económicas internacionais foi o primeiro trimestre de 2015, com dezassete

amostras internacionais recolhidas para o top ao longo dos três meses, no entanto em número ainda bastante inferior às amostras nacionais recolhidas que forma vinte e oito, ou seja, as notícias supranacionais construíram apenas 37,8% das notícias económicas do top.

É importante referir também que existem diferenças entre o local/regional e o nacional, porque as notícias económicas nacionais mais publicadas incidiam sobre políticas públicas, macroeconomia, escândalos de corrupção e instituições bancárias e financeiras presentes em todo país, porque em nenhuma das 87 semanas observadas esteve representado no “top 10” uma notícia económica de origem e dimensão local/regional.

As notícias supranacionais que estiveram presentes no top foram maioritariamente sobre questões económicas europeias, só existiram amostras internacionais não europeias no “top 10” em seis semanas, duas no primeiro trimestre de 2015, outras duas no terceiro trimestre do mesmo ano e uma no quarto trimestre. Durante as trinta e cinco semanas observadas em 2016, surgiu apenas uma vez, mas a única em que uma notícia económica não europeia ocupou a primeira posição na imprensa portuguesa.

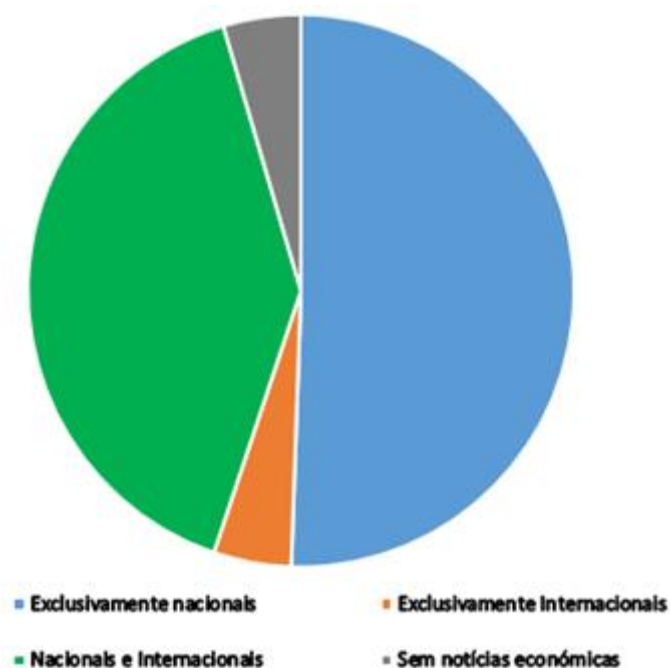
Durante a semana 40, a primeira semana do mês de outubro de 2015, a notícia sobre a fraude na Volkswagen foi a única presença económica no top, no entanto surgiu apenas na nona posição com 12 amostras recolhidas, o que em percentagem significou apenas 5,4% do top. Durante o primeiro trimestre de 2016, na semana 11 (11 a 17 de março) uma notícia económica internacional com origem fora da Europa surge na primeira posição, no entanto, sem grande destaque em relação às posições seguintes, apenas com mais uma amostra recolhida em relação ao segundo lugar do top, uma notícia também económica, mas nacional (OE2016). A notícia que teve o primeiro lugar do top nesta semana foi um escândalo lusófono categorizado como corrupção, o caso “Lava Jato”, que envolveu as elites políticas e empresariais no Brasil, gerando uma crise de instabilidade política e semanas sucessivas marcadas por protestos. Foram recolhidas 41 amostras para que o “lava jato” surgisse em primeiro lugar do top, 10,4% das 393 notícias observadas no total.

A semana 7, de 14 a 20 de fevereiro de 2015, em que a economia significou apenas 55,1% do “top 10” com quatro amostras recolhidas, foi a única a somar três notícias internacionais, todas europeias, uma delas exclusivamente ibérica: A OPA do CaixaBank ao BPI que aparece na terceira posição. As outras duas notícias económicas

internacionais centraram-se na possibilidade de uma crise do Euro, ambas interligadas e macroeconómicas. A primeira posição do top, com 73 amostras recolhidas foi sobre as eleições gregas e efeitos que poderiam causar na economia europeia e com a sétima posição, 17 amostras sobre as declarações feitas pelo presidente da CE, “Jean-Claude Juncker afirmou que a troika pecou contra a dignidade de portugueses, gregos e irlandeses. Perante o comité económico e social em Bruxelas, o antigo líder do Eurogrupo acrescenta que é preciso rever o modelo para não se repetir os erros do passado” (Antena 1, 19/02/2015).

O número de semanas sem notícias económicas internacionais foi elevado, durante três meses dos vinte analisados não existiram notícias não nacionais, abril e novembro de 2015 e agosto de 2016. Apenas quatro semanas observadas tiveram notícias económicas exclusivamente internacionais, duas no terceiro trimestre de 2015 (a semana 27 em julho e a semana 33 em agosto), uma no quarto trimestre de 2015 (semana 40 em outubro) e por fim uma no segundo trimestre de 2016 (semana 19 em maio). Semanas com notícias económicas somente nacionais foram 44, o que percentualmente significa 50,6%. A quantidade de semanas apenas com notícias económicas internacionais igualou o número de semanas sem notícias económicas.

Figura 7 – Distribuição geográfica das notícias nas 87 semanas



4.3. Distribuição das notícias por categoria de análise

Quadro 4 – Distribuição das notícias por categoria

Categoria Temática	1ºT 2015	2º T 2015	3ºT 2015	4ºT 2015	1ºT 2016	2º T 2016	3ºT 2016	TOTAL
Políticas Públicas	7	15	9	10	20	17	12	90
Setores e Negócios	19	7	8	4	9	15	11	73
Macroeconomia	14	10	6		1	10	2	43
Corrupção					3	5		8
Negócios Estrangeiros		4	1					5
Regulação		1			3			4
Estado	2	1						3
Fisco	3							3
Estado Social		2	1					3
Dívida Pública		1						1
Mercados Financeiros			1					1
Política Agrícola			1					1

Nota: distinguem-se três categorias principais: Política Públicas, Setores e Negócios e Macroeconomia.

4.3.1. Políticas públicas

Esta secção serve para definir a importância da categoria das políticas públicas no discurso económico da imprensa portuguesa. Esta categoria integra a maior parte das notícias recolhidas ao longo dos vinte meses analisados, incidindo quase sempre sobre casos relevantes para a economia portuguesa. As entidades sobre as quais recaem maioritariamente as notícias desta categoria vão desde o governo português à TAP.

O maior número de amostras com esta categoria foi recolhido durante o segundo trimestre de 2016, porque os meses de maio e junho ficaram marcados pela discussão em torno do défice orçamental de 2015 e 2016, especialmente porque se gerou uma polémica em torno das eventuais sanções impostas pela CE ao governo português por défice excessivo do ano de 2015. A greve dos estivadores, a reposição das 35 horas de trabalho para a função pública a partir de 1 de julho de 2016, o novo plano de combate à fraude na segurança social, a auditoria à ADSE e a notícia polémica que foi lançada sobre o ministro das finanças alemão ter afirmado que Portugal iria ter nova ajuda financeira (notícia que acabou por ser desmentida pelo próprio) foram as amostras recolhidas categorizadas como políticas públicas entre a semana 14 e 26, que compõem o segundo trimestre do ano de 2016.

Durante o mês de abril o “top 10” continha apenas duas notícias incluídas nesta categoria, as avaliações pós-troika e as medidas adicionais do Orçamento de Estado para 2016. Ambas surgiram na semana 16 (15 a 21 de abril de 2016) surgindo apenas na oitava e décima posição do top com peso percentual de 2,9% e 2,4% respetivamente, o que corresponde a 22 notícias em 245 que formaram as primeiras dez da semana.

Os meses de maio e junho tiveram uma presença bastante significativa de notícias categorizadas como “políticas públicas”, especialmente marcada pela quantidade de notícias lançadas sobre o cumprimento das metas do défice de 2015, tema que esteve representado no “top 10” durante seis semanas ao longo dos dois meses, desde a semana 20 à 23 esteve consecutivamente no top, surgindo novamente na semana 25 e 26. Isto significa que as notícias sobre o défice orçamental de 2015 estiveram entre as dez com maior presença na imprensa em Portugal de 13 de maio a 9 de junho e de 17 a 30 de junho. A notícia mencionada manteve ainda a presença no top durante as primeiras três semanas do mês de julho de 2016 (semanas 27, 28 e 29), ou seja, esteve

consecutivamente presente de 17 de junho a 15 de julho reapareceu na semana 30, que teve início a 22 de julho.

Apesar da representação constante, a notícia sobre o défice orçamental de 2015 só ocupou a primeira posição do “top 10” durante a semana 27 (1 a 7 de julho de 2016), a única semana em que foi apresentada como positiva pela comunicação social. O motivo da alteração da linguagem dos media prendeu-se com o conteúdo da notícia, porque a CE decidiu não sancionar o governo português por défice excessivo em 2015.

4.3.2. Macroeconomia

A macroeconomia teve o maior destaque durante o primeiro trimestre estudado, os principais veículos de informação mediática, nacionais e internacionais alertavam para uma crise do Euro causada por um possível Grexit, que poderia conduzir a uma profunda crise económica e financeira na zona com o maior superavit do planeta e provocar alterações radicais nas políticas monetárias praticadas na zona euro.

Os temas macroeconómicos, como as eleições na Grécia estiveram consecutivamente presentes no “top 10” do LCC desde a semana 3, que se iniciou a 17 de janeiro de 2015 até á semana 12 que terminou a 27 de março. No entanto as eleições na Grécia, não foram a única notícia macroeconómica presente no top durante o primeiro trimestre de 2105. As declarações de J.C. Junker, Presidente da CE durante a semana 7 (14 a 20 de fevereiro de 2015) e os alertas da CE para os “desequilíbrios excessivos” na gestão da dívida pública em Portugal também fizeram parte das amostradas categorizadas como macroeconomia, apesar de serem também relacionadas com o período eleitoral grego e com a instabilidade instalada na zona Euro que estava constantemente presente no discurso mediático.

Alguns padrões comuns podem ser identificados na linguagem utilizada pela imprensa na abordagem aos temas macroeconómicos deste primeiro semestre de 2015, como o alcance geográfico, porque todas estas notícias, embora se centrasse em casos de países específicos envolviam toda a zona Euro, ou seja, casos nacionais com impacto europeu, porque a informação incidia sobre a tensão das relações institucionais entre a CE, Conselho Europeu, Parlamento Europeu e parlamentos nacionais dos diversos EM. Outro padrão comum foi a tendência negativa das notícias, só durante a semana 8 (31 de janeiro a 5 de fevereiro) é que as amostras recolhidas sobre as eleições gregas foram

positivas, porque durante esta semana o Eurogrupo chegou a acordo com o governo grego, o que suavizou o discurso da imprensa portuguesa e europeia: “A bolsa grega disparou quase 11%, as ações subiram em flecha perante a notícia de que o Eurogrupo aprova as medidas de austeridade acordadas entre a Grécia e a troika. O sector financeiro foi o que mais puxou pela bolsa de Atenas ao avançar 17%. Também os juros da dívida Grega seguem a aliviar estando agora abaixo dos 19%” (RTP, 24/02/2015).

Apesar do primeiro trimestre de 2015 ter tido o maior número de notícias categorizadas como macroeconómicas, a semana do ano em que a macroeconomia mais se destacou na imprensa portuguesa foi a semana 26, de 27 de junho a 3 de julho, a última semana do segundo trimestre de 2015. Durante esta semana foi divulgado o relatório do FMI, onde se afirmou que a Grécia precisava de mais 50 mil milhões de euros até 2018, e que sem reformas a dívida não é sustentável e que poderia ser necessário um perdão parcial de dívida por parte dos credores (Lagarde, 26 de Junho de 2015). Esta notícia com 201 amostras recolhidas em 304 que formaram o “top 10” da semana 26, representou 48,2% do mesmo.

4.3.3. Setores e negócios

Esta categoria, denominada setores e negócios agrupa as notícias económicas relacionadas com o setor privado, ou seja, grandes empresas e grupos financeiros. Ao longo dos vinte meses observados a maior parte das notícias desta categoria abordaram os bancos, os escândalos financeiros, alguns casos de empresas de telecomunicações e petrolíferas, o que significa que a linguagem económica dos media portugueses aborda menos as Pequenas e Médias Empresas (PME), relata em maior número os acontecimentos relacionados com a economia financeira se comparados com os da economia real. O que se deve em parte aos anos recentes da história mundial estarem muito marcados pela crise financeira e os efeitos que provocou no sistema bancário e imobiliário e pelo facto de empresas locais ou que trabalhem em setores muito específicos, mesmo que bem-sucedidas, possam não ser do interesse da maioria da população, já o sistema bancário e financeiro, envolve a vida de toda a população.

O primeiro trimestre de 2015 teve o maior número de amostras recolhidas pelo LCC nesta categoria, o caso BES marcou presença no top em doze das treze semanas observadas durante o trimestre, apenas ficou de fora durante a semana 3. No entanto esta semana teve o caso PT na segunda posição do “top 10” com 31 notícias observadas,

o que garantiu a presença desta categoria em todas as semanas observadas entre janeiro e março de 2015. Estes casos estavam interligados, como se pode verificar na seguinte notícia: “PJ procurou relatório nas buscas à Portugal Telecom. Fonte próxima do processo adiantou à TVI que as buscas realizadas ao longo de todo o dia desta terça-feira à sede da PT e às instalações da consultora PriceWaterHouseCoopers (PWC) serviram para procurar o relatório da auditoria sobre o investimento de 900 milhões de euros na Rioforte. Ambas as empresas se recusaram a entrega deste relatório à CMVM” (TVI24, 7 de janeiro de 2015).

Durante o primeiro trimestre surgiram no top mais notícias enquadradas na categoria “setores e negócios”, mas com menor impacto na imprensa portuguesa, como a crise do petróleo em Angola provocada pela descida dos preços, causada pela descida do preço do barril para menos de metade do preço (Público, 24 de janeiro de 2015), ou o escândalo HSBC (swissleaks) e a OPA do Caixabank (banco espanhol) sobre o BPI.

Apesar da grande presença desta categoria no primeiro trimestre de 2015, nunca ocupou o primeiro lugar do “top 10”. Esta é característica que se verifica ao longo dos vinte meses observados ao analisar as notícias económicas classificadas como “setores e negócios”, está bastante presente ao longo das 87 semanas observadas, mas apenas ocupa a primeira posição em duas semanas, ambas em 2016.

A semana 16 e a semana 31. A semana 16, de 15 a 21 de abril de 2016 teve três notícias relacionadas com o setor bancário português no top, que ocuparam a primeira, a segunda e a nona posição, totalizando 116 notícias em 245, o que em termos percentuais significa 28,1% das 414 notícias recolhidas pelo LCC. A primeira posição foi a eventual existência de um acordo entre o BPI, a Isabel Dos Santos (acionista angolana) e o CaixaBank para uma eventual fusão de bancos que acabou por não se confirmar, o caso Banif surgiu em segundo lugar com a indicação de que Mário Centeno (Ministro das Finanças), Carlos Costa (Governador do BdP) e Vítor Constâncio (vice-presidente do BCE) iriam ser ouvidos no parlamento, em nono lugar do top a notícia que informava a nomeação de António Domingues como novo presidente da Caixa Geral de Depósitos (CGD).

Durante a semana 31, já no terceiro trimestre de 2016 (29 de julho a 4 de agosto) esta categoria surge pela segunda vez no top, novamente com uma notícia sobre um banco português, o Millenium BCP. Durante esta semana foram divulgados os testes de stress

do BCE aos bancos que operam em Portugal, uma notícia positiva para a banca portuguesa e europeia em geral, porque os resultados dos testes indicaram que a maioria dos bancos europeus apresentaram solidez, no entanto negativa para o maior banco privado português, pois apresentou 200 milhões de prejuízo, o que fez com que não obtivesse um bom resultado na avaliação do BCE. No entanto esta notícia não se destacou muito das restantes do top, apenas 28 notícias foram recolhidas, durante esta semana não se verificaram grandes diferenças absolutas e percentuais entre as notícias presentes no top, a notícia que ocupou a décima posição teve 14 notícias recolhidas.

Estes vinte meses observados foram marcados por sucessivos escândalos financeiros (branqueamento de capitais, gestão ruinosa, paraísos fiscais) e por uma grande fragilidade do setor bancário em Portugal, assim como uma adaptação geral a novas normas do BCE para o setor financeiro em toda a UE. Esses motivos fizeram com que os “setores e negócios” fossem um dos principais atores da construção do discurso económico dos media em Portugal e na Europa.

4.3.4. Entidades e organizações

O discurso económico dos media concentra-se muito nas mesmas organizações e entidades, pela dimensão e impacto que esta tem nos mercados, na promoção do crescimento da economia e/ou pelo tipo de gestão praticado por determinadas entidades.

Algumas das principais entidades surgem no top em mais de metade das 87 semanas observadas, muitas vezes por razões diferentes e não necessariamente nas primeiras posições. A repetição de entidades acontece especialmente quando as notícias abordam mudanças causadas pela alteração de discurso de governos e instituições europeias ou entidades reguladoras, porque a linguagem destas instituições influencia toda a população e todos os setores. As principais entidades financeiras, responsáveis por grandes escândalos financeiros também tendem a ser reincidentes na linguagem da imprensa em Portugal, pela dimensão e pelo impacto causado.

Entre as dez entidades com maior número de presenças nos diversos “top 10” semanais dos vinte meses estiveram cinco bancos, a linguagem utilizada pelos media ficou marcada pelo relato da fragilidade do sistema financeiro português e pelas práticas que conduziram à falência de alguns dos principais bancos em Portugal, como o BES e o BANIF. Outro ponto abordado pelos media sobre o setor bancário foram os negócios

em torno do BPI, como as tentativas de fusão e aquisição por parte de grupos espanhóis e o entendimento entre estes e os principais acionistas como a investidora angolana Isabel Dos Santos. Com o início do segundo trimestre de 2016 surgiu a polémica na nomeação do novo conselho de administração da CGD, tendo como principais atores o governo português, a CE e o BCE.

Apesar de cinco bancos estarem entre as dez entidades com maior número de amostras recolhidas, as duas entidades que mais semanas estiveram presentes no top foram o governo português (atual e anterior) e o governo grego com 53 e 22 amostras recolhidas, respetivamente, o BES surge apenas como terceira entidade com 21 amostras recolhidas.

A mudança de governo e de políticas, bem como o período eleitoral marcaram o discurso da imprensa em Portugal ao longo destes vinte meses, o que se pode observar também pela presença do programa macroeconómico elaborado por um grupo de economistas ligados ao PS, denominado “Uma década para Portugal” ter dado ao partido durante o segundo trimestre de 2015 (ainda enquanto maior partido da oposição), um lugar nas dez entidades com maior número de amostras recolhidas para o “top 10”.

A entrada de um novo governo na Grécia e o choque institucional constante com a CE, bem como as diversas discussões sobre a eficiência dos programas de assistência financeira e as crises de dívida soberana (impactos sociais, económicos e políticos) fizeram do governo de Tsipras um ator principal da linguagem económica da comunicação social.

A Mossack Fonseca, também esteve entre as entidades com maior número de presenças na imprensa portuguesa, mantendo-se no top durante seis semanas consecutivas no segundo trimestre de 2016, pela dimensão do escândalo Panama Papers. A TAP foi a quarta entidade com maior número de presenças, porque com as mudanças de governo e processo de revogação da privatização foi prolongando a presença na imprensa.

Quadro 5– 10 entidades com maior número de presenças ao longo dos 20 meses

	1ºT 2015	2ºT 2015	3ºT 2015	4ºT 2015	1ºT 2016	2ºT 2016	3ºT* 2016	Total	Categoria
Governo Português	1	3	5	5	15	15	9	53	Políticas públicas
Governo Grego	10	6	6			1		22	Macroeconomia
BES/GES	12	5	2		2			21	Setores e Negócios
TAP	2	11		2	4			19	Políticas públicas
CGD						6	7	13	Setores e Negócios
BANIF				2	3	4		9	Setores e Negócios
Novo Banco		1	3	1	1	1		7	Setores e Negócios
Mossak Fonseca						6		6	Corrupção
BPI	2				1	3		6	Setores e Negócios
PS		5						5	Macroeconomia

Nota: * O terceiro trimestre de 2016 engloba apenas julho e agosto

4.3.5. Distribuição por Setores

Durante os vinte meses observados, apenas onze setores de atividade foram especificamente abordados nas notícias mais publicadas durante os vinte meses, notícias maioritariamente pertencentes à categoria “setores e negócios”, apesar de alguns setores estarem também representados noutras categorias.

O setor bancário foi o setor sobre o qual incidiram mais notícias, o único trimestre em que não se verificou esta predominância foi o segundo trimestre de 2015, quando foram recolhidas 13 amostras sobre os transportes e apenas 7 sobre a banca. Durante os restantes trimestres o setor bancário teve maior número de amostras na imprensa portuguesa que os restantes setores somados, o mesmo se verificou durante os dois meses finais observados (julho e agosto).

Durante o segundo trimestre observado, o setor dos transportes teve maior presença na imprensa portuguesa devido à presença constante do caso TAP no “top 10”, chegando a ocupar a primeira posição durante três semanas consecutivas (17, 18 e 19), a última de abril e as primeiras duas de maio. Apenas a semana 26, última de junho e do segundo trimestre não teve nenhuma notícia sobre o setor dos transportes entre as dez mais publicadas. A TAP só não foi notícia nas semanas 14 e 26, no entanto, durante a semana a primeira semana de abril (semana 14) a greve da CP esteve no top. A semana 19 (9 a

15 de maio de 2015) contou com duas notícias sobre o setor dos transportes no top, o caso TAP ocupou a primeira posição e a greve da Carris a décima.

O trimestre que teve maior número de notícias sobre setores económicos foi o primeiro de 2015, com 25 amostras recolhidas, o que teve menor representação foi o quarto trimestre de 2015. Estes resultados podem ser explicados pela diversidade de setores presentes no “top 10” durante os primeiros três meses de 2015: Banca, transportes, petróleo, telecomunicações e educação. Os últimos meses de 2015, foram os que tiveram menor número de notícias económicas publicadas na comunicação social, o setor bancário teve apenas 3 amostras no top neste período, quantidade muito inferior se comparada com os restantes trimestres, apenas o Banif e o Novo Banco estiveram entre as entidades bancárias no top 10 e o único setor abordado além do setor bancário foi o setor automóvel com o caso Volkswagen, que contou com uma única amostra recolhida para o top, na semana 40 em outubro de 2015.

Quadro 6 – Setores representados no Top 10

Setor	1ºT 2015	2ºT 2015	3ºT 2015	4ºT 2015	1ºT 2016	2ºT 2016	3ºT* 2015	Total
Banca	15	7	7	3	10	15	10	67
Transportes	3	13	1		4			21
Telecomunicações	3	1						4
Educação	3	1						4
Petróleo	1					2		3
Saúde			1				1	2
Automóvel			1	1				2
Pescas			1					1
Agricultura			1					1
Aviação					1			1
Segurança							1	1
Total	25	22	12	4	15	17	12	107

4.4. Casos mediáticos

4.4.1. A crise do Euro, abordagem dos media ao caso grego

Este foi um episódio político, no entanto a argumentação utilizada pela imprensa portuguesa foi totalmente económica. As sondagens indicavam um caminho alternativo na política grega, o que acabou por se confirmar. Formou-se um governo alternativo,

que foge aos sistemas políticos e ideológicos tradicionais na zona Euro. A população grega votou contra as medidas económicas impostas pela Troika, esta mudança aliada à dificuldade em atingir acordos entre a CE e o governo grego criou um clima de tensão na UE.

A quantidade de informação sobre o tema surge em grandes quantidades, o comentário económico produzido tem sido muito e diversificado, causa de uma rutura interna dentro das fronteiras europeias, a opinião pública divide-se muito, o debate gira em torno da existência da solidariedade europeia, dos valores da União e do impacto real das medidas de assistência financeira aplicadas aos países periféricos.

A divisão entre defensores de austeridade e defensores do investimento público como fatores de crescimento fez-se sentir entre os economistas de referência a nível mundial. O discurso económico bipolarizou com o caso grego. Economistas como Paul Krugman e Joseph Stiglitz, ou o polémico ex-ministro das finanças do governo Grego Yanis Varoufakis davam conferências por todo o mundo, dirigidas especialmente ao meio académico, no entanto sempre com cobertura da comunicação social, afirmando a urgência de uma mudança na política monetária praticada na Europa e a nível mundial, afirmam a importância vital do investimento público para a promoção do crescimento económico e fator de equilíbrio fundamental para o bem-estar e desenvolvimento sustentável. Defendiam um sistema de regulação interventivo e a manutenção de setores estratégicos como a água, a saúde, educação e transportes sobre a gestão pública, porque os consideram setores imprescindíveis para o desenvolvimento social e redução da desigualdade. Uma outra corrente de opinião era formada pelos economistas que defendiam as políticas de redução do défice e contenção imposta, corrente liderada especialmente por tecnocratas europeus como o ministro das finanças alemão Wolfgang Schäuble.

Em Portugal, a linguagem económica utilizada pelos media e comentadores económicos de referência em torno do processo eleitoral grego e da resolução do conflito institucional entre o novo governo grego e as instituições europeias e FMI, gerou também uma divisão, tal como nos restantes países europeus. Não podemos afirmar que o euroceticismo saiu necessariamente reforçado em Portugal, porque a interpretação do discurso económico dos media e os resultados dos estudos sobre a opinião pública indicam até alguma manutenção de confiança nas instituições europeias, ou pelo menos na continuação de uma Europa de cooperação económica e livre circulação de pessoas e

capitais. Mas podemos concluir com a observação do caso grego através da comunicação mediática em Portugal que as correntes de opinião alternativas à austeridade e à política de cortes adjacente ao programa de assistência financeira tem vindo a ganhar terreno no discurso económico. O que posteriormente se confirmou com a nova maioria parlamentar eleita nas legislativas, que resultou na formação de um novo governo, denominado também de “geringonça”, suportado por partidos considerados eurocéticos como o Partido Comunista Português (PCP) e o Bloco de Esquerda (BE), ideologicamente muito semelhantes ao Syriza, partido que governa a Grécia.

Inicialmente os media portugueses centraram a atenção nas posições defendidas pela coligação que governava Portugal, formada pela maioria de centro-direita (PSD/CDS-PP) e pelo principal partido da oposição, o PS, durante o período de eleições na Grécia e também na fase inicial das negociações entre os credores (UE e FMI) e o recém-eleito governo grego. Nestas posições a linguagem utilizada clarificou as novas retóricas para a política macroeconómica da UE, duas correntes de opinião, ambas pró-europeias, mas com visões e argumentações opostas apontadas como solução para o crescimento económico, ao interpretar a conversação dos media poderíamos até afirmar que estavam numa fase de “viragem interpretativa” (Richard Rorty) na ZE. O governo liderado por Passos Coelho posicionava-se do lado dos credores e do governo alemão liderado por Angela Merkel na imposição de medidas mais de austeridade e sanções à Grécia por incumprimento das metas de redução da dívida pública. O principal partido da oposição demonstrou-se solidário com o governo grego, afirmando que as medidas de austeridade agravavam as desigualdades, aumentavam a dívida pública e as desigualdades sociais, impedido o crescimento económico por via da redução do poder de compra das famílias, entre outros fatores.

Os espaços televisivos de comentário e principais jornais económicos em Portugal deram grande enfoque a este debate sobre a situação grega e o impacto que poderia ter em Portugal e toda a zona Euro. O mesmo sucedeu no meio académico, os estudos e artigos publicados sobre os efeitos macroeconómicos dos pacotes austeridade aumentaram gradualmente. Os artigos de opinião na imprensa criaram uma retórica suportada em dados estatísticos gregos como acessório de parametrização de resultados macroeconómicos.

As eleições na Grécia representaram 39,2% das amostras recolhidas para compor a primeira posição do “top 10” durante as primeiras 13 semanas de 2015, totalizando 414

amostras em 1056 contabilizadas para construir as sucessivas primeiras posições do top (ver Quadro 7). A persistência deste tema na imprensa portuguesa demonstra a relevância e a interdependência das economias da zona Euro atualmente, a linguagem utilizada na abordagem ao tema demonstra que este transcende uma simples análise à economia grega, este debate remete para uma profunda reflexão e análise de toda a diplomacia económica e políticas orçamentais negociadas entre as instituições europeias e todos EM, alerta para a urgência de ação em prol do crescimento económico.

Quadro 7– Estatísticas das notícias que ocuparam a primeira posição durante o primeiro trimestre de 2015

Semana	Notícia Nº 1 do “Top 10”	Económica	Categoria	Número Absoluto	% de notícias
1	Atentado em Paris			97	25,0%
2	Atentado em Paris			144	34,7%
3	urgências hospitalares			37	8,8%
4	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	101	24,4%
5	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	62	14,9%
6	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	82	20,6%
7	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	73	17,5%
8	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	96	23,0%
9	Contribuições de Passos Coelho à SS			92	22,1%
10	História fiscal de Passos Coelho			69	16,5%
11	contribuintes VIP	Sim	Fisco	56	14,5%
12	Germanwings			96	23,0%
13	Eleições Regionais na Madeira			51	12,2%
Total				1056	
	Eleições na Grécia	Sim	Macroeconomia	414	39,2%

Nota: esta tabela foi construída com os dados estatísticos de todas as notícias que ocuparam a primeira posição do top 10 do LCC durante o primeiro semestre de 2015.

4.4.2. Brexit: linguagem económica

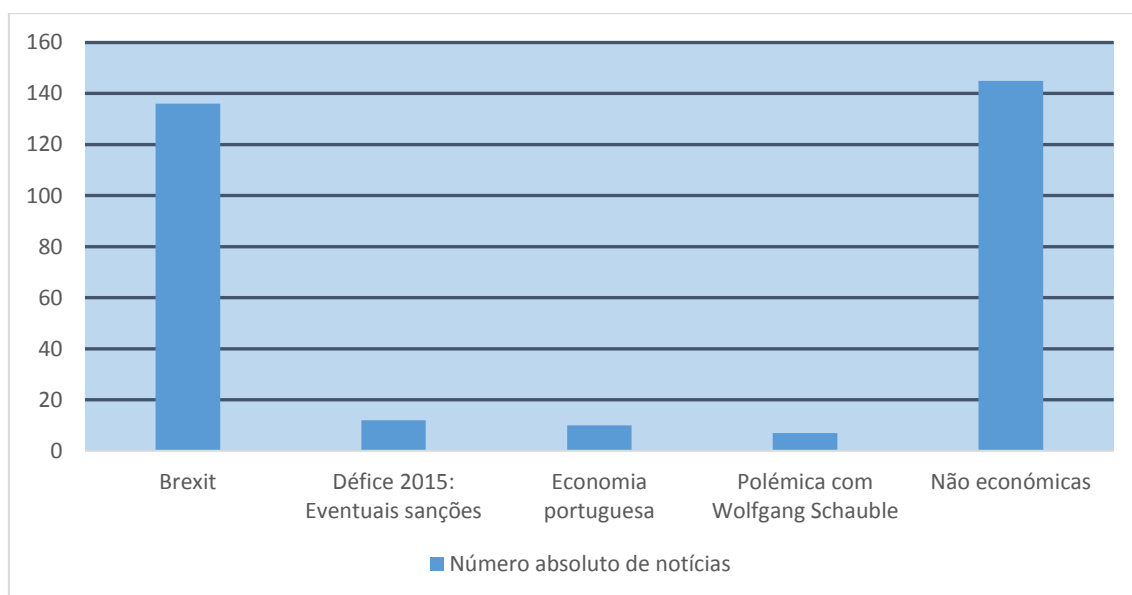
O aumento da distância criada entre estados e instituições, quando a UE estava na iminência de um Grexit e grande parte das economias (mesmo algumas das mais fortes) se depararam com uma incapacidade de promover políticas que conduzam ao crescimento económico estimulou a construção de um discurso económico muito negativo, que incentiva a procura de soluções urgentes de uma política monetária alternativa. As instituições europeias não conseguiram gerar consensos nem produzir um discurso eficiente para travar o pânico causado nos mercados. O que fez com que o efeito contágio eurocético não parasse de crescer, apesar da permanência da Grécia no Euro e das negociações entre o governo grego e as instituições europeias ter sido solucionado dentro do possível para não gerar o temido Grexit, o cenário macroeconómico continua a transmitir uma linguagem negativa. A opinião pública tende a afastar-se cada vez mais da condução da política monetária europeia, mesmo com as medidas levadas a cabo pelo BCE de estímulo ao crescimento e à economia.

O Reino-Unido, embora não fosse parte da zona euro, é um parceiro estratégico para a política económica e negociações europeias, um dos maiores contribuintes do financiamento comunitário, um elemento estabilizador do Euro. No entanto o Brexit foi inevitável, a opinião pública expressou-se de forma diferente. Na Grécia apenas se expressou contra as medidas de austeridade, algo como uma segunda oportunidade para a Europa, já no Reino Unido a expressão foi clara: sair da UE. Com isto a possibilidade de contágio mantém-se, bem como a fragilidade institucional, a necessidade de um choque macroeconómico está explícita na linguagem transportada pela imprensa económica e financeira em todo o continente europeu.

Os temas económicos supranacionais não foram os de maior presença na imprensa portuguesa ao longo dos 20 meses estudados, no entanto quando surgiam, especialmente quando incidiam sobre a macroeconomia da ZE, tiveram grande destaque, como já afirmado nesta dissertação com a obra de Julien Mercille (2015), a política económica e a cobertura mediática da crise económica europeia obrigam a relações públicas governamentais, empresariais e institucionais, esta interdependência aumenta o fluxo noticioso. Pode ser verificado no gráfico 3 o destaque mencionado, durante a semana 26, entre 24 e 30 de junho de 2016, o Brexit representou 32,9% do “top 10”, garantindo a primeira posição com 136 notícias num total de 310 presentes no top. Os restantes três

temas económicos presentes no “top 10” da semana 26 somaram um número absoluto de 29 notícias. A iminência de uma nova crise e as consequências financeiras e económicas para Portugal e para a UE em geral marcaram a comunicação mediática em torno da saída do Reino Unido. As avaliações reais só poderão ser feitas no longo prazo, porque o processo de saída não têm efeitos imediatos, no entanto a alteração do panorama macroeconómico é apontada como uma certeza pelo discurso económico dominante, porque implica alterações significativas a longo prazo nas relações comerciais (importações/exportações), mobilidade de recursos humanos, financiamento comunitário e já se observaram algumas oscilações nas taxas de câmbio euro/libra, que causam insegurança ao setor financeiro. Este processo vai manter uma presença relevante na linguagem económica ao longo dos próximos anos, resta saber se a tendência das notícias se vai manter negativa.

Figura 8– Notícias económicas da semana 26 (24 a 30 de junho de 2016)



4.4.3. Um caso nacional: TVI/Banif

No final do quarto trimestre de 2015 ocorreu um caso mediático entre a comunicação social e a economia, o confronto entre um canal televisivo e o sistema bancário. O semanário Expresso a trinta de dezembro de 2015, informa que a Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) recebeu três participações relativas a uma notícia da TVI, que a treze de dezembro de 2015 lançou em rodapé a notícia de que existia a possibilidade de o Banif encerrar, banco cotado no PSI 20 com uma quota de mercado significativa especialmente nos Açores e Madeira. A notícia mencionada lançou o

pânico entre acionistas, investidores e depositantes do Banif, o que levou a uma queda de 40% nas ações do banco, este caso foi o expoente máximo do efeito da conversação económica (Klamer, 2007), nenhum fator estatístico conseguiu prever ou causar diretamente a falência do banco, este foi o resultado da linguagem económica utilizada pelos media, segundo a retórica de defesa utilizada pelo Banif.

O conselho de administração do Banif decidiu processar judicialmente a TVI, apesar da direção ter dito que a notícia não era esclarecedora e pudesse conduzir o espetador a interpretações erradas. Os sindicatos do setor bancário e clientes juntaram-se à ação-crime que foi colocada contra a TVI. Segundo o conselho de administração do banco esta notícia provocou o encerramento do mesmo a vinte de dezembro de 2015, sendo vendido ao Santander.

Este caso tem vindo a gerar alguma polémica e controvérsia, a vinte e quatro de maio de 2016, segundo notícia da TSF, António Costa, comentador económico da TVI rejeita a possibilidade de um banco encerrar pelo impacto do rodapé televisivo, afirma que existiu incapacidade do acionista para gerir: "Os bancos caem por má avaliação de risco. Não caem por causa de um rodapé. Se há alguma coisa que destruiu o banco, seguramente não foi o rodapé da TVI. Sem menosprezar o efeito que as notícias têm, se calhar, se me permitem, a incapacidade de gerir como acionista um banco contribuiu, muito mais, para o desenlace e desfecho que BANIF teve " (António Costa, comentador TVI, 2016).

O comentador supramencionado reconhece o erro do rodapé, afirma que a palavra "fecho" deveria ser interpretada como "resolução". No entanto esta notícia foi apontada pelo banco em causa como causa para uma corrida aos depósitos que rondou os mil milhões de euros, pois o rodapé também mencionava que os depósitos com valores superiores a 100 000 euros não estariam assegurados.

Esta notícia esteve na primeira posição do top durante duas semanas consecutivas em dezembro de 2015, 50 e 51, representou 32,8% do número total de amostras recolhidas durante a semana 51 (19 a 25 de dezembro de 2015). Este caso serve apenas para lançar a reflexão sobre o efeito que a comunicação social pode ter num grupo económico e/ou financeiro.

5. Conclusões

O objetivo desta dissertação passa por perceber se é possível validar um barómetro para analisar o discurso económico com os dados obtidos nos media, ou seja, construir um novo indicador através da análise interpretativa à retórica económica presente nos meios de comunicação. Pretende-se a construção de um indicador alternativo para a economia, que não seja meramente estatístico, mas hermenêutico.

Para a análise aos dados dos media, esta dissertação usou como meio de suporte o “Top 10” semanal do LCC, para a obtenção das notícias com maior presença na imprensa em Portugal entre janeiro de 2015 e agosto de 2015. O primeiro passo consistiu em selecionar as notícias económicas, agrupa-las mensal e trimestralmente dentro deste período de tempo, para poder criar categorias desenhar categorias, extrair tendências e relacionar com variáveis económico-financeiras. Este foi o método de interpretação à linguagem mediática.

A dissertação foi composta por quatro capítulos, iniciando-se com um enquadramento teórico, para a perceção dos conceitos científicos base para a análise do discurso económico: a retórica, hermenêutica e uma breve introdução á história da comunicação económica. O terceiro capítulo foi metodológico, a definição da codificação interpretativa criada para a análise dos dados extraídos do LCC, as categorias temáticas e dimensões operacionais utilizadas, como o alcance geográfico, entidades e as tendências das notícias e/ou grupos de notícias. O quarto capítulo consiste na interpretação analítica aos temas económicos mais representados nos media portugueses, a aplicação e combinação dos conceitos e metodologia propostos nos capítulos anteriores como meios para identificar e abordar discurso económico dos meios de comunicação com maior visibilidade em Portugal.

A análise realizada aos dados dos media obtidos e codificados no período de vinte meses permite-nos salientar três categorias dominantes sobre as quais incidem a maior parte das notícias económicas representadas nos media em Portugal: Políticas Públicas, Macroeconomia e Setores e Negócios. Surgiram outras categorias entre as semanas observadas como a corrupção, negócios estrangeiros, fisco ou regulação, mas sempre com muito menor presença. As três categorias principais surgem constantemente ao longo de todos os meses observados.

Entre todas as amostras obtidas, dentro de todas as categorias analisadas a economia financeira surge com muito maior frequência que a economia real, porque o setor bancário é o que tem maior representatividade com uma grande diferença em quantidade de presenças em relação aos restantes dez setores de atividade económica representados no top. Durante os vinte meses têm 67 presenças, os restantes dez setores somam 40 presenças, o que significa que os bancos representam 63% das notícias económicas que abordam setores específicos.

A entidade que mais se destacou durante os vinte meses foi o governo português, as políticas fiscais, orçamentais e económicas praticadas surgem regularmente no discurso dos media, o facto de estes vinte meses englobarem uma mudança de governo e de políticas orçamentais contribuiu muito para a presença constante do governo português no top 10 semanal. O OE para 2016 e o fator novidade deste governo, por ser suportado por forças políticas menos habituais, levou a um aumento do comentário económico nos media nacionais. A segunda entidade com maior número de presenças no top foi o governo grego, porque a sua eleição poderia causar alterações económicas em toda a ZE. O BES surge como a terceira entidade com mais presenças no top, entre as dez entidades com maior presença estiveram cinco bancos.

O discurso económico dos media é predominantemente negativo, durante todo o período analisado existiu apenas uma semana composta exclusivamente por notícias com linguagem positiva e existiu também uma única semana em que uma notícia com tendência positiva representou mais de 50% do top. As notícias positivas tendem a não ter tanto destaque no discurso mediático.

As notícias económicas de alcance geográfico nacional têm maior representação na conversação económica, durante 44 das semanas observadas apenas existiram notícias económicas nacionais, no entanto, parte destas centraram-se nas negociações entre entidades portuguesas e europeias. Só 4 semanas tiveram exclusivamente notícias económicas internacionais, a mesma quantidade de semanas sem notícias económicas.

Os temas económicos internacionais são maioritariamente europeus, só estiveram presentes notícias económicas não nacionais no top durante 6 semanas entre as 87 analisadas, todas as notícias de alcance internacional não europeu incidiram sobre escândalos (Panamá Papers, Lava Jato) e crises (petróleo).

Esta dissertação poderia ter o conteúdo enriquecido com a introdução de inquéritos á sociedade civil em geral, mas especialmente com entrevistas sobre o tema a diretores e editores de jornais (papel e online), revistas, estações televisivas e de rádio, assim como a responsáveis pela comunicação em empresas dos setores que mais presença têm na imprensa (Ex: BES, Banif, CGD) ou TAP.

A entrevista a profissionais especializados na comunicação para o setor bancário, ou mercados financeiros permitiria também relacionar de forma mais adequada o efeito das notícias no setor financeiro. Outro desenvolvimento futuro para esta investigação deverá ser a incorporação de estudos macroeconómicos, que permitam avaliar a relação direta entre as notícias e algumas variáveis na ordem do dia do setor financeiro, nomeadamente os juros da dívida pública e o índice PSI-20.

Referências Bibliográficas

- Fox, N. (30 de Dezembro de 2015). Obtido de [expresso.sapo.pt](http://expresso.sapo.pt/sociedade/2015-12-30-ERC-abre-processo-a-noticia-da-TVI-sobre-o-Banif):
<http://expresso.sapo.pt/sociedade/2015-12-30-ERC-abre-processo-a-noticia-da-TVI-sobre-o-Banif>
- Kennedy, S., & Speciale, A. (27 de julho de 2015). Obtido de [bloomberg.com](http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-07-27/draghi-s-whatever-it-takes-marks-three-years-proving-enough):
<http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-07-27/draghi-s-whatever-it-takes-marks-three-years-proving-enough>
- Klamer, A. (2007). *Speaking of Economics: How to get in a conversatio*. London: Routledge.
- Klamer, A., McCloskey, D. N., & Solow, R. M. (1988). *The consequences of economic rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis, An Introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lavoie, D. (1990). *Economics and Hermeneutics*. London: Routledge.
- Mendonça, S. (1998 de 1998). Economics, Culture and Rhetoric. *Estudos de Economia*, pp. 385-395.
- Mercille, J. (2015). *The Political Economy and Media Coverage of European Economic Crisis: The case of Ireland*. New York: Routledge.
- O'Hara, P. A. (2004). *Global Political Economy and Wealth of Nations: Performances, institutions, problems and plicies*. London: Routledge.
- Pedro Pires RibeiroJosé Dias Curto. (2016). Volatility spillover effects in interbank money markets. *Review of World Economics*, pp. 1–32.
- Sousa, J. M. (24 de Maio de 2016). Obtido de [tsf.pt](http://www.tsf.pt/economia/interior/baniftvios-bancos-nao-caem-por-um-rodape-5190577.html):
<http://www.tsf.pt/economia/interior/baniftvios-bancos-nao-caem-por-um-rodape-5190577.html>

