



**Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Comunicação – FAC
Departamento de Jornalismo**

Análise do Perfil Ideológico Político do Jornalista Econômico Brasileiro

Maciel Neves de Araujo

Orientador: Prof. Drº Fábio Pereira

**Brasília – DF
Dezembro de 2018**

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1. Jornalismo Econômico.....	7
2.1.1. Consolidação do Jornalismo Econômico.....	8
2.1.2. Jornalismo Econômico Atual.....	9
2.2. Ideologia.....	10
2.2.1. Ideologia Política: Esquerda e Direita.....	12
2.2.2. Ideologia Política do Jornalista.....	12
2.2.3. Ideologia Dominante na Mídia.....	13
3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	15
3.1. Pesquisa Quantitativa e Qualitativa.....	15
3.1.1. Entrevista.....	16
3.1.2. Questionário.....	17
3.2. Aplicação do Instrumento.....	18
4. ANÁLISE.....	20
4.1. Gênero.....	22
4.2. Relação com a Entrevista.....	24
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	26
6. CONCLUSÃO.....	28
7. REFERÊNCIAS.....	30
APÊNDICE 1.....	31
APÊNDICE 2.....	36
APÊNDICE 3.....	37
APÊNDICE 4.....	40

RESUMO

Este trabalho visa analisar o perfil ideológico do jornalista econômico, entender com qual enquadramento ideológico político o profissional que trabalha na área econômica se identifica. Como ele se posiciona em relação ao papel do Estado e da iniciativa privada na condução de vários setores da economia e na realização de políticas públicas? Como ele avalia a intervenção do Estado na iniciativa privada? Com esse intuito, foi elaborado um questionário e uma entrevista a fim de perceber essas nuances ideológicas contidas nessa classe de jornalistas.

Palavras-Chave: Jornalismo, Economia, Perfil, Análise

1. INTRODUÇÃO

A proposta deste trabalho é realizar uma análise do perfil ideológico político do jornalista econômico brasileiro. Mais precisamente, tentar entender se o profissional que trabalha nessa área adota uma ideologia voltada para o campo político da esquerda ou da direita, se manifesta estima pela ordem em detrimento da igualdade ou busca uma igualdade e suprime a ordem (SINGER, 2002).

O cotidiano do jornalismo econômico tende a enfatizar temáticas como índices de inflação, indicadores da bolsa de valores, taxa de câmbio, acordos comerciais, em resumo, questões relativas ao capital. Mediar esse jogo de interesses não deve ser nada fácil para parte dos jornalistas, responsáveis por dar voz ou promover os mais variados tipos de assunto – que possuem, é claro, suas próprias percepções sobre o papel da economia da sociedade. Logo, tentar entender o enquadramento ideológico desses agentes abre caminho para uma nova visão da relação da mídia com o governo e capital privado.

Partindo desse ponto, planejo averiguar se o jornalista econômico tem uma ideologia enquadrada com a direita ou esquerda. Como ele se posiciona em relação ao papel do Estado e da iniciativa privada na condução de vários setores da economia e na realização de políticas públicas? Como ele avalia a intervenção do Estado na iniciativa privada?

O objetivo geral do trabalho é, portanto, analisar a ideologia política dos jornalistas de economia brasileiros. O objetivo específico é analisar como eles expressam questões relacionadas a tendências ideológicas voltadas para a esquerda ou direita ao avaliarem o papel do Estado na sociedade.

Com esse objetivo foi elaborado um questionário aplicado aos jornalistas de economia brasileiros. O questionário foi inspirado na pesquisa ‘Ideologia e Comportamento Político no Eleitorado Brasileiro’ (OLIVEIRA e TURGEON, 2015). Parte das perguntas da survey sobre ideologia política foi adaptada ao contexto do jornalismo econômico brasileiro. Para as questões de caráter sociodemográfico, tomamos como base o trabalho *Perfil do Jornalista Brasileiro*, de Mick e Lima (2013). Também foi realizada uma entrevista a fim de captar nuances específicas e mais elaboradas a respeito das características ideológicas dos jornalistas econômicos não atingidos com o questionário.

Este trabalho não busca fazer um juízo de valor sobre as vertentes políticas ou

sistemas econômicos, serve apenas como objeto de experimentação científica a fim de entender o grau de identificação ideológico-política do jornalista econômico. Para isso, foram empregados conceitos relacionados com a definição do termo ideologia e quais os seus enquadramentos mais usados. Também foi argumentado sobre a história do jornalismo econômico, como esse ramo do jornalismo conseguiu se consolidar no território brasileiro e as suas contribuições para a comunicação como um todo.

A aspiração para a realização desse trabalho surgiu mediante o meu interesse por assuntos relacionados à economia. Nos primeiros semestres do curso de graduação em jornalismo, teve início um interesse pessoal sobre o noticiário econômico, como era produzido e quem eram os profissionais que realizavam aquele trabalho.

Acredito que esse trabalho representa um incremento para a academia em relação a abordagem ideológica. Fazendo o uso de teóricos, questões sobre o aperfeiçoamento de definições desses conceitos foram elencados no trabalho, colaborando para uma leitura acadêmica desse objeto – que costuma ser bastante debatido nos discursos de senso comum. O trabalho também contribui pelo fato de ter conseguido obter dados originais, mesmo que sem validade estatística. Isso gera uma maior quantidade de informações disponíveis para reflexões, como elemento de embasamento ou até uma forma de fomento a novas iniciativas de análises a respeito do tema ou de outros assuntos.

Já em relação à sociedade, o trabalho em questão pode contribuir fomentando nos cidadãos um senso crítico sobre as notícias veiculadas. Com o conhecimento sobre a ideologia de quem produz a notícia ou, pelo menos, com a provocação inicial de se perguntar quais são as vertentes ideológicas em que aquele profissional acredita, eu creio que o estudo pode despertar nos indivíduos um senso crítico mais apurado sobre o que está sendo produzido e veiculado pelos meios de comunicação.

Mais precisamente, essas pessoas, com o despertar crítico, não seriam apenas um ser passivo nessa relação que recebe o conteúdo sem uma reflexão mais elaborada do real interesse por trás de quem produz aquele conteúdo. Logo, a pesquisa tem potencial de despertar essa indagação inicial, mesmo que não responda concretamente qual a ideologia do jornalista econômico.

Este trabalho está organizado basicamente em cinco capítulos. No primeiro, o

Referencial Teórico, é discutida a história do jornalismo econômico desde a sua introdução no Brasil até os dias atuais, também foi elencada uma definição do termo ideologia, além de estabelecer as relações com o jornalismo, seus impactos na prática profissional. Na segunda parte, a Metodologia de Pesquisa, questões relativas à estrutura da pesquisa empírica são elencadas, foram listadas as definições de pesquisa quantitativa e qualitativa, questionário e entrevista empregadas na coleta e análise dos dados.

Já na terceira seção, a Análise apresenta os resultados da investigação e os dados colhidos a partir do questionário e da entrevista. Buscamos particularmente cruzar as respostas oriundas dos dois instrumentos. Na quarta seção, Discussão, diz respeito à comparação dos resultados achados na análise. A fim de estabelecer um paralelo com outras pesquisas sobre ideologia profissional. Por fim, na última seção, a Conclusão, foram relacionadas as respostas obtidas no decorrer da averiguação.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Jornalismo Econômico

No Brasil, o jornalismo econômico se concentrou e foi promovido pela iniciativa privada a partir da década de 1950. Também deve o seu desenvolvimento a diversas iniciativas do setor público, como a abertura do país para o capital estrangeiro pelo então presidente Juscelino Kubitschek. Com a guinada econômica, industrial e urbana que o país estava passando, principalmente com as iniciativas de aproximação do capital estrangeiro feitas pelo Governo Kubitschek, foram observados reflexos em relação a incrementos tecnológicos, gráficos e editoriais produzidos para adaptar o jornalismo ao novo cenário da época (QUINTÃO, 1987, p. 54 e 58). Dessa forma, o começo desse estilo de jornalismo está muito ligado ao arranjo capitalista mundial. Como a produção econômica estava se desenvolvendo e gerando um diferente hábito de vida, era preciso veicular e decodificar para a sociedade essa informação (QUINTÃO, 1987).

“Esse novo jornalismo se caracterizou pela análise econômica e de assuntos financeiros por meio dos métodos de comunicações tradicionais e contribui para uma série de transformações nas práticas nas relações de produção da notícia no Brasil”, explica Quintão (1987, p. 22). O jornalismo econômico praticado até a metade da década de 1950 era predominantemente marcado pelo colunismo, como Quintão salienta: “mais analítico do que noticioso”. Além disso, não havia muito destaque para as publicações, elas apenas ocupavam um reduzido espaço nas páginas dos jornais. A princípio, essas colunas eram escritas por estrangeiros especializados em economia mundial que tinham que ter seus textos traduzidos, pois não falavam português (QUINTÃO, 1987, p. 51).

Em um segundo momento, brasileiros com formação em economia acabaram chegando para trabalhar nas redações. Mesmo não possuindo o jornalismo como profissão, esses colunistas se tornaram uma grande influência no meio econômico do país. Concebiam um evidente desejo de influenciar e orientar a política econômica do Brasil e na prática realizaram essas influências, pois grande parte desses críticos construíram relações com as maiores autoridades econômicas no país (QUINTÃO, 1987, p. 52).

Mas a consolidação do jornalismo econômico só aconteceria a partir da década de 1960, com o começo do regime político autoritário de 1964 e conseqüentemente aceleração do processo de desenvolvimento capitalista e abertura do capital estatal para grandes potências mundiais (QUINTÃO, 1987, p. 26). Esse novo projeto de desenvolvimento visava acelerar o crescimento econômico utilizando o capital estrangeiro como forma de investimento. Além disso, buscava independência das obrigações com os setores mais protecionistas e nacionalistas do Brasil. Por fim, as massas de trabalhadores sofreram com os atrasos culturais; os valores que essa população tinha foram convertidos, aos poucos, em princípios contidos nas sociedades capitalistas como a primazia pelo consumo (QUINTÃO, 1987, p. 64).

2.1.1. Consolidação do Jornalismo Econômico

Os primeiros nomes de relevância para o noticiário econômico no país surgiram na década de 1960 com três irmãos que viviam no Rio de Janeiro: Ruy Rocha, editava a seção de economia na *Última Hora*; Reinaldo Rocha, repórter da sucursal de *O Estado de S. Paulo* e Álvaro Rocha, para o *Jornal do Brasil*. Eram conhecidos como “Rocha Press” por decidirem o rumo de muitas das notícias econômicas (QUINTÃO, 1987, p. 56 e 57).

A partir desse ponto, os veículos jornalísticos sistematizaram a cobertura sobre os assuntos econômicos, mas essa relevância ainda era concentrada apenas em São Paulo e Rio de Janeiro e não atingiu outros estados. As informações de economia de interesse nacional só foram chegar em outras cidades brasileiras com ajuda das agências de notícias criadas pelos grandes jornais, como: *Agência Estado*, *Agência Jornal do Brasil*, *Agência Globo* e *Agência Folha* (QUINTÃO, 1987, p. 56, 57 e 58).

Como a circulação de jornais ainda era limitada entre Rio de Janeiro e São Paulo, com poucas exceções, o papel de disseminação da notícia econômica de forma nacional ficava por conta do rádio. Nesse momento histórico no Brasil os grandes jornais não tinham muitos concorrentes e as suas receitas provinham das vendas avulsas e da publicidade (QUINTÃO, 1987, p. 59).

A partir do advento das reformas econômicas, principalmente, no desenvolvimento da indústria brasileira com o uso de capital estrangeiro no fim da década de 1950, o foco das

notícias produzidas foi se relacionando à defesa do nacionalismo e das exportações.

Os assuntos da economia que são notícia estão relacionados como o ufanismo desenvolvimentista, com a retórica nacionalista de defesa ou não do capital estrangeiro, com as questões relativas à exploração do petróleo, às riquezas minerais, à defesa dos produtos primários de exportação, especialmente o café, ou com os índices da “carestia” (QUINTÃO, 1987, p. 59).

Os fatos econômicos só ganhavam destaque quando atrelados a assuntos políticos, pois eram conteúdos de discursos de políticos influentes da época. Não havia uma separação clara entre temas econômicos e políticos, e os estadistas sempre faziam uso das duas esferas em suas mensagens. A notícia econômica era cheia de jargões políticos e não se usava a linguagem econômica. O noticiário econômico seguia uma linha partidária em conformidade com o jornal onde era produzido, isso também decorre por causa dessa falta de separação e de tradição do jornalismo econômico. Não havia uma preocupação com a profissionalização do jornalismo em geral e os jornalistas eram obrigados a completar a renda com outros empregos, em geral no meio público, pelo fato dos baixos salários (QUINTÃO, 1987, p. 59).

2.1.2. Jornalismo econômico atual

A partir dos anos 1980, ocorreu o surgimento de aparatos tecnológicos mais modernos, agora capazes de realizar transferências de dados de uma forma rápida e barata. Com esses incrementos, relacionados à maior velocidade de transmissão de fotos, textos, alguns veículos de comunicação focados em economia acabaram intensificando o trabalho sobre o assunto e ganhando espaço nacionalmente. A *Gazeta Mercantil* foi durante muito tempo um exemplo de sucesso nessa área, se destacou por buscar a especialização cada vez mais sólida sobre o tema e utilizar a nova tecnologia para conseguir espaço no cenário brasileiro (LENE, 2004).

Associado com o progresso da tecnologia, houve um ganho de espaço na mídia em geral, por parte dos assuntos econômicos com a democratização que estava em curso no país. Como Kucinski (2002) relata, a democratização foi uma busca da manutenção do poder por parte das elites brasileiras e com esse fim, a mídia era utilizada para promover os pensamentos de quem estava no poder. Já nos anos 1990, ainda passando pelo processo de consolidação dos poderes Executivo e Legislativo, outro assunto pautou o cenário econômico

brasileiro. Com o confisco das poupanças pelo presidente Fernando Collor, surgiu uma oportunidade, e logo percebida pelos veículos de comunicação, para explicar a população sobre finanças pessoais e públicas e a importância do cidadão comum entender e acompanhar o noticiário com essa temática (LENE, 2004).

Na chegada dos anos 2000, a *Gazeta Mercantil*, dotada de uma enorme tradição no noticiário econômico começou a perder espaço para o recém criado *Valor Econômico*. Enfrentando diversos problemas financeiros e atrelado a isso o surgimento de um novo veículo especializado em economia, a *Gazeta Mercantil* iniciou um processo de crise, esse colapso não conseguiu ser revertido e culminou no seu desaparecimento e conseqüentemente consolidação do concorrente (LENE, 2004).

A chegada da internet reformulou diversas práticas já consolidadas e em várias profissões diferentes. No meio jornalístico surgiu o jornalismo on-line marcado pela contínua narração dos fatos e sua atualização imediata (KUCINSKI, 2005). Já em relação ao jornalismo econômico, outro fato culminou na sua reformulação, o modelo neoliberal.

Apesar de ocuparem o centro do noticiário e de funcionarem até mesmo como organizadoras de toda pauta jornalística, as notícias sobre economia não vêm sendo escolhidas ou tratadas nos jornais de referência nacional pelo critério do interesse público. O único critério adotado é o dos interesses do capital financeiro (KUCINSKI, 2005, p. 123; 124).

No neoliberalismo o mercado passa a ser o protagonista de uma sociedade, a importância que esse elemento adquire é expressa no cotidiano e como são formuladas as relações na comunidade que abraçou esse arranjo que preza por índices econômicos e não mais a soberania estatal. O grande promotor desse modelo econômico e responsável pela sua força atual é o jornalismo econômico que, mais do que nunca, ocupa espaços nunca antes visto no noticiário brasileiro, além de reforçar e alimentar o neoliberalismo. (KUCINSKI, 2005, p. 130).

2.2. Ideologia

Ideologia pode ser definida como um conjunto sistemático e encadeado de ideias que não estão no campo prático e não é necessário estabelecer relações materiais com a realidade.

Essa definição tem muitas semelhanças com a descrição de ideário, pois esses dois termos bebem da mesma fonte, os pensamentos não materializados (CHAUÍ, 2001). A grande diferença entre ideário e ideologia são os campos que essas terminologias evocam: enquanto ideário está ligado a um universo da imaterialidade, a ideologia é resumida a três áreas de estudos (CHAUÍ, 2001, p. 22).

Logo, ideações sobre questões de organização política, social e histórica, em que não é possível realizar uma experimentação pela complexidade dessas relações, constituem as ideologias. Basicamente, teóricos problematizam essas relações e teorizam possíveis meios, diferentes da realidade, para o rearranjo desses campos.

Genro Filho (1986) critica essa definição de ideologia devido ao uso das massas apenas como um objeto para testes de ideações da vida. Para ele, essa visão teórica do termo busca responder todas as questões da realidade humana utilizando teses formuladas por grandes intelectuais. Logo o poder passa a ser desses intelectuais teóricos, pois eles são quem tem o direito de definir os rumos de uma população, o proletariado é seu instrumento nessas experimentações.

A aparição do termo ideologia aconteceu após a Revolução Francesa (1789) com um grupo de pessoas que eram chamados de ideólogos. Eles se viam como materialistas, realistas e antimetafísicos, sua forma de pensar era baseada na averiguação de como eram formuladas as ideias e qual a relação dessa formulação com o ser humano e o ambiente. “Uma ciência natural da aquisição, pelo homem, das ideias calcadas pelo próprio real” (CHAUÍ, 2001, p. 22). Um dos ideólogos mais famosos foi o filósofo francês Destutt de Tracy que em 1796 utilizou o termo para nomear seu projeto de análise de ideais e sensações (THOMPSON, 2011).

Mas a partir das formulações de Karl Marx (1818 a 1883), o sentido da palavra se inverteu e ideologia passou a denotar um sistema de ideias que não tinha relação com o real. Era um conjunto de ideias contidos em uma sociedade de forma imaterial e não atingível por meios físicos e é empregada até os dias atuais por estudiosos e intelectuais que estudam o tema (CHAUÍ, 2001, p. 22). Passou a ser tratado como um instrumento crítico e essencial para novas formulações teóricas, entretanto Marx não conseguiu estabelecer uma definição precisa para o termo, pois a sua preocupação foi transmitir a ideia negativa do assunto, muitas vezes

relacionado ao mal-estar social, e não traçar uma delimitação. Tal perspectiva culminou na sua utilização ambígua e confusa que é vista nos dias de hoje (THOMPSON, 2011 p. 49,62).

É impreciso tentar restringir o termo ideologia a princípios políticos ou econômicos em uma sociedade. Questões mais amplas são necessárias na discussão para que se consiga englobar a totalidade do termo e realizar a análise do fenômeno teórico. Na contemporaneidade o termo ideologia, utilizado de maneira descompromissada em narrativas, encontra um campo fértil para confundir as pessoas.

Dirige nossa atenção para doutrinas políticas isoladas, para sistemas políticos ou para sistemas simbólicos, e, dessa maneira, afasta nossa atenção das muitas maneiras como as formas simbólicas são usadas, em contextos diferentes da vida cotidiana, para estabelecer e sustentar relações de dominação (THOMPSON, 2011 p. 115).

2.2.1. Ideologia Política: Esquerda e Direita

Antes de estabelecer uma categorização para os termos direita e esquerda segundo seus pressupostos ideológicos é necessário entender que essas definições têm como essência o confronto em relação ao oposto. Segundo Bobbio (1995), esses conceitos têm uma relação de negação entre si, um é o oposto do outro.

Basicamente são modulados para contrapor as ideias defendidas por um lado e vice-versa. Mas em algumas das vezes trabalham campos tão próximos, a fim de abarcar os anseios sociais, econômicos, que é difícil categorizar como direita ou esquerda. Então surge outra definição, o centro. Para Bobbio (1995), definições direita e esquerda estão ultrapassadas justamente pelas contradições em relação ao atrito que buscam e a proximidade que estabelecem.

Para fins de operacionalização neste trabalho, a definição de direita e esquerda se baseará no debate elencado por Singer (2002). A ideologia voltada para a direita significa, em termos práticos, abrir mão da igualdade para estabelecer a ordem. Já em relação a esquerda, o intuito é favorecer as mudanças que forem necessárias para se chegar à igualdade (SINGER, 2002, p. 24).

2.2.2. Ideologia Política do Jornalista

No jornalismo praticado no Brasil não há uma variedade de vertentes ideológicas, o

que é visto são apenas umas poucas variações do mesmo perfil de ideologia política. Já em países democráticos e liberais a diversidade já é bem mais presente na imprensa (KUCINSKI, 2002, p. 16). O fato de serem democráticos e liberais demonstra uma maior liberdade de pensamentos, pois não há repressão de suas visões ideológicas.

A prática jornalística no Brasil é marcada pela falta de liberdades de uma forma geral e ausências das garantias na expressão jornalística, “a atuação do jornalista no Brasil é constrangida por um modo autoritário de controle da sua produção, falta de garantias à liberdade de expressão jornalística e dimensões restritas do mercado de trabalho” (KUCINSKI, 2002, p.17). Os jornalistas sofrem com uma carência de objetividade na hora de produzir a notícia, ficam presos a “autocensura, descrença na democracia e uma visão instrumentalizadora do que seja interesse público” (KUCINSKI, 2002, p.18).

Esses pontos confirmam a posição citada por Kucinski (2002) sobre a dificuldade de alcançar uma maior diversidade ideológica política para essa classe profissional. Estão presos aos mecanismos retrógrados e antidemocráticos assim como o restante da sociedade brasileira, pois são espelho dela, e são privados de absorver ou interagir com questões ideológicas políticas de outros matizes.

2.2.3. Ideologia Dominante na Mídia

É conhecido e bastante divulgado que a maioria dos jornalistas que estão nas redações brasileiras têm uma identificação ideológica política mais voltada para a esquerda, alguns extremos e outros moderados (KUCINSKI, 2002, p. 68). A maioria dos profissionais jornalistas 49,1% definem sua vertente ideológica como à esquerda, à direita 10,4% e centro 7,2%. Por fim 29,9% optaram por não responder ou não se enquadraram em nenhuma definição (BERGAMO; MICK; LIMA, 2012, p. 22) Por terem pautas mais progressistas, muitos desses jornalistas são incapazes ou temem por expressar seu ponto de vista em veículos reconhecidamente conservadores.

Isso resulta em um cenário em que os veículos de comunicação costumam ser controlados por perspectivas liberais e, ao mesmo tempo, suas notícias são produzidas por profissionais progressistas e preocupados com questões sociais. É provável que houvesse uma maior confiabilidade nas instituições jornalísticas e uma identificação maior por parte dos

componentes da sociedade sobre as notícias veiculadas na grande mídia caso se verificasse uma convergência entre esses dois pontos.

A ideologia tem por característica a capacidade de se espalhar por toda a sociedade e influenciar diferentes esferas desse campo social, pois qualquer ato humano tem a capacidade de fomentar a função ideológica, mesmo que não seja a intenção principal. Esse fato fornece mais visibilidade à ideologia dominante, aquela que é imposta pela elite ao todo. As crenças e valores de um determinado e reduzido número de pessoas influentes e poderosas possuem a capacidade de inculcar essas ideias na massa social, logo, isso também é refletido em diferentes criações culturais, como religião, filosofia, o senso comum e os jornais (GENRO FILHO, 1986).

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1. Pesquisa Quantitativa e Qualitativa

Para realizar uma averiguação e conseqüentemente testar uma hipótese é necessário, na maioria dos casos, o uso de um instrumento científico. Dentre as possibilidades no âmbito acadêmico, a pesquisa científica é o instrumento que permite resolver problemas utilizando o método científico (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

Em relação à abordagem, a pesquisa pode ter dois enfoques, qualitativo ou quantitativo. O primeiro aborda questões mais voltadas a total compreensão do fenômeno em questão, o foco não está em representatividade numérica, mas visa produzir um conhecimento novo e aprofundado sobre determinado assunto e que muitas das vezes não pode ser quantificado (GERHARDT E SILVEIRA, 2009, p. 32).

A pesquisa qualitativa tem como pontos fortes:

Tentar compreender a totalidade do fenômeno, mais do que focalizar conceitos específicos; possui poucas ideias preconcebidas e salienta a importância das interpretações dos eventos mais do que a interpretação do pesquisador; coleta de dados sem instrumentos formais e estruturados; não tenta controlar o contexto da pesquisa, e, sim captar o contexto na totalidade; enfatiza o subjetivo como meio de compreender e interpretar as experiências; analisa as informações narradas de uma forma organizada, mas intuitiva (GERHARDT E SILVEIRA, 2009, p. 34).

Já a pesquisa quantitativa trabalha com a mensuração dos dados, ou seja, o que importa para esse tipo de abordagem é o número da amostragem e sua capacidade de produzir generalizações e correlações estatisticamente válidas. Por isso, os dados precisam ser representativos sobre um determinado tema para ter relevância e fidedignidade nos resultados. Seu foco é a objetividade e muitas vezes utiliza a linguagem matemática para expressar suas conclusões (GERHARDT E SILVEIRA, 2009, p.33).

A pesquisa quantitativa inicia sua averiguação com ideias preconcebidas e utiliza procedimentos estruturados para a sua investigação. É bem diferente da qualitativa, que não obedece a essa regra de formalização e trabalha em um campo mais aberto, permitindo maior reflexão crítica e percepção abrangente do objeto de estudo.

Como os dois tipos de abordagens têm problemas em suas estruturas, alguns

estudiosos, com o objetivo de melhorar, dar mais abrangência e evitar falhas no levantamento de dados fazem a utilização dos dois tipos de abordagens, qualitativo e quantitativo, em vez de apenas um tipo.

Este é o caso desta pesquisa, que se utilizará de questionários quantitativos e entrevistas qualitativas, em profundidade. Esse tipo de investigação proporcionará maior abrangência nos dados a serem coletados promovendo uma diversidade de parâmetros do trabalho de pesquisa. Com isso, será possível identificar alguns pontos que possivelmente seriam inacessíveis utilizando apenas um tipo de abordagem, mas ao empregar esses dois pontos de averiguação proporcionará uma maior satisfação ao problema de pesquisa, análise da ideologia política do jornalista econômico brasileiro.

3.1.1. Entrevista

Entrevista é uma técnica de coleta de dados que preza pela interação social. “É uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca obter dados, e a outra se apresenta como fonte de informação” (GERHARDT E SILVEIRA, 2009). A entrevista pode ser estruturada, que segue um roteiro previamente estabelecido; semiestruturada, em que o roteiro pode ser adaptado ao longo da interação, permitindo a introdução de novos assuntos. Também existe a não-estruturada, que permite ao entrevistado falar livremente sobre o tema pesquisado (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

Além disso, existe a entrevista orientada, onde o entrevistador foca em um assunto específico, pois sabe previamente as informações que deseja obter. Entrevista em grupo que é promovida por meio de pequenos grupos que respondem simultaneamente perguntas. A entrevista informal é aquela que busca um maior aprofundamento do tema, ela permite a reformulação de hipóteses ou possibilita outros enquadramentos para a pesquisa (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

Para este trabalho foi utilizada a entrevista semiestruturada, pois foi possível a exposição, pelo entrevistado, de assuntos não relacionados com o roteiro inicial. A princípio as perguntas foram enviadas via e-mail para o público-alvo, composto por jornalistas de economia, que consegui alcançar por meio de pessoas próximas que conheciam ou trabalhavam no meio e auxiliaram no contato com os entrevistados. Recebi um primeiro

retorno de três profissionais dispostos a contribuir com a pesquisa, mas, devido à falta de tempo, apenas uma pessoa enviou efetivamente as respostas.

A entrevista conta com 21 perguntas divididas em três blocos. O primeiro, Informações pessoais, se refere a questões pessoais como carreira, início de formação e definição do jornalismo. Já no segundo bloco, Ideologia, consiste em questões de cunho ideológico como conjuntura econômica do país e papel do governo na assistência social. Por fim, o terceiro bloco de perguntas, Ideologia e trabalho, Visa perceber nuances ideológicas na prática diária de trabalho do profissional (Ver Apêndice 2).

3.1.2. Questionário

O procedimento de realização da pesquisa quantitativa adotado aqui será a *survey*. Esse tipo de estratégia é utilizado com o objetivo de estabelecer um primeiro contato com o tema de estudo e também é relacionado a capacidade de geração de características descritivas do objeto em questão. A pesquisa com *survey* é definida pela “obtenção de dados ou informações sobre características, as ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas indicado como representante de um público-alvo, utilizando um instrumento de pesquisa” (FONSECA, 2002, p. 33).

Dentro das possibilidades factíveis e buscando maior precisão na averiguação estatística de crenças e valores do grupo de jornalistas econômicos foi elaborado um questionário como forma de instrumento de pesquisa do procedimento com *survey*. O questionário conta com 30 perguntas divididas em três seções: Perfil sociodemográfico, perfil profissional, e questões relacionadas à relação entre Estado e iniciativa privada (ver Apêndice 1). O questionário foi inspirado na pesquisa ‘Ideologia e Comportamento Político no Eleitorado Brasileiro’ (OLIVEIRA e TURGEON, 2015). Parte das perguntas da *survey* sobre ideologia política foi adaptada ao contexto do jornalismo econômico brasileiro. Para as questões de caráter sociodemográfico, tomamos como base o trabalho *Perfil do Jornalista Brasileiro*, de Mick e Lima (2013).

Na primeira seção, o perfil sociodemográfico dos respondentes foi apreendido por meio de questões como idade, sexo, escolaridade, renda mensal e cidade onde mora. Na seção dois, foi perguntado sobre: satisfação no emprego, como se informa, tempo na empresa atual e

cargo que ocupa foram empregadas a fim de estabelecer e conhecer o perfil profissional de quem respondeu o questionário. Na última seção, dados referentes ao perfil ideológico do profissional foram averiguados. Questões relacionadas com o maior controle por parte do governo ou de empresas privadas de serviços básicos, financeiros, administrativos, jurídicos, sociais (ver Apêndice 1).

Antes de propagar a pesquisa para o público-alvo, os jornalistas econômicos, foi realizado um pré-teste para captar possíveis erros na elaboração do procedimento de pesquisa. O pré-teste contou com a participação de quatro estudantes do curso de graduação em jornalismo da Universidade de Brasília, com idades entre 23 e 26 anos. Uma quinta participante não era estudante de jornalismo e tinha 21 anos.

Um dos participantes expôs a ideia de transformar a questão nove do questionário, que diz respeito a como o profissional se informa em uma pergunta que permitisse mais opções de resposta. Dessa forma, segundo o participante do teste, poderia ocorrer de alguém se informar por mais de um meio diferente.

No total o pré-teste contou com duas mulheres e três homens. No geral acharam o questionário objetivo, sucinto para o objetivo descrito, de análise ideológica política do jornalista econômico, e não relataram nenhuma dificuldade em responder. O tempo médio das respostas foi de 10 minutos.

3.2. Aplicação do instrumento

O questionário foi aplicado com o auxílio da plataforma on-line disponibilizada pelo Google gratuitamente (Formulário Google). Esta ferramenta permite a criação de diversos tipos de questionário e a personalização de acordo com o assunto pesquisado. É possível elaborar perguntas de múltipla escolha, com resposta curta, caixas de seleção, dentre outras possibilidades estéticas e técnicas mais avançadas.

Com o link que foi criado pela plataforma do Google após terminar a elaboração do questionário, o instrumento foi encaminhado ao público-alvo, permanecendo em circulação por 35 dias, do dia 1º de outubro de 2018 ao dia 4 de novembro de 2018, e conseguiu atingir 19 respostas válidas, jornalistas que trabalham na área econômica que se dispuseram a

participar anonimamente dentro da data estipulada. Essa amostra foi obtida por meio do envio de e-mails para redações de jornais com grande circulação no Brasil. Também pessoas próximas que conhecem ou trabalham no meio do jornalismo econômico auxiliaram a alcançar o público-alvo.

Após a coleta, os dados foram inseridos e tratados por meio do software SPSS Statistics. Foram geradas estatísticas descritivas (por frequência e média). Algumas variáveis sociodemográficas foram correlacionadas com as representações ideológicas dos entrevistados. O baixo número de respostas, contudo, invalida a capacidade de geração estatística dos resultados, que devem ser considerados apenas a título de construção do instrumento e de exploração empírica da temática.

4. ANÁLISE

Depois de apuradas as informações com utilização de software específico, essa seção se destinará a apresentar os resultados obtidos por meio do questionário e da entrevista. Também serão feitas análise e comparação com a exposição de tabelas para identificar, entre os dois instrumentos da pesquisa, possíveis inclinações ideológicas provenientes dos jornalistas econômicos que participaram da pesquisa.

O perfil dos 19 participantes foi formado por uma maioria feminina (57,9%), graduados (57,9%), renda média maior que cinco até 10 salários mínimos (42,1%). Verificou-se também que a maioria desses jornalistas ocupam cargos de repórter (57,9%), trabalham na mesma empresa entre um a dois anos (47,4%) e que a idade média desses indivíduos é 32,74 anos.

Essa maioria feminina expressa nos dados reflete o cenário profissional dos jornalistas como um todo, as mulheres representam 64% desse público contra 36,3% de homens. “Esse fator também está relacionado à expansão da oferta de cursos superiores na área, nos quais a presença feminina também tende a ser bastante superior à masculina” (BERGAMO; MICK; LIMA, 2012, p. 18).

Sobre o enquadramento ideológico do público-alvo sem levar em consideração o gênero, foi verificado uma possível centralização em relação às questões associadas às atividades administrativas – pergunta 11 no questionário (ver Apêndice 1). Tal fato foi possível atribuindo pesos para cada resposta, quanto mais a média se aproxima do número 1 maior a identificação com a esquerda, mais próximo de 2 enquadramento com o centro e mais próximo de 3 à direita. A média geral ficou em 1,94, caracterizando uma disposição ao centro ideológico.

Tal fato pode ser percebido na Tabela 1 que diz respeito às perguntas sobre enquadramento ideológico dos respondentes. O esquema, para sua elaboração, levou em consideração apenas perguntas sobre a administração de bens e serviços e foi compilado por *software* a fim de estabelecer dados de expressão estatística.

Tabela 1 – Enquadramento ideológico dos respondentes

Administrar a EDUCAÇÃO	Administrar a SAÚDE	Administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL	Administrar a JUSTIÇA	Administrar o TRANSPORTE	Administrar as RODOVIAS E ESTRADAS	Administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA
1,84	1,84	1,68	1,05*	2,05	2,00	1,79

Administrar o SERVIÇO DE ESGOTO	Administrar os PROGRAMAS SOCIAIS	Administrar a ENERGIA ELÉTRICA	Administrar a TELEFONIA FIXA	Administrar a TELEFONIA CELULAR	Administrar os BANCOS	Administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS
1,95	1,26	1,89	2,42	2,47	2,00	2,89**

Fonte: Elaboração própria (dados da pesquisa).

* Maior enquadramento com a esquerda: vermelho

** Maior enquadramento com a direita: azul

O mesmo foi observado nas questões relacionadas ao intervencionismo do governo, mas nesse caso houve modificação no peso das respostas. Quanto mais próximo de 1 maior identificação com a direita e quanto mais próximo de 5 maior identificação com a esquerda. Mas isso não interferiu na média das respostas que ficou em 2,36, simbolizando, provavelmente, uma centralização novamente.

Tabela 2 – Avaliação dos respondentes em relação ao intervencionismo do governo

O governo deve controlar serviços básicos?	O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?	Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?	O governo deve socorrer empresas em dificuldades?	O governo deve definir o salário de todos os trabalhadores?	Empresas devem escolher onde construir uma nova filial	O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos?
4,53*	1,95	1,79	2,68	2,00	1,74**	1,84

Fonte: Elaboração própria (dados da pesquisa).

* Maior enquadramento com a esquerda: vermelho

** Maior enquadramento com a direita: azul

4.1. Gênero

Observando a relação entre dados de gênero e vertente ideológica, foi deduzido que as participantes femininas, a princípio, demonstram uma inclinação maior para questões relacionadas à esquerda. Esse fato se comprova ao observar a tabela abaixo que demonstra que maioria (54,5%) das mulheres preferem apenas que o governo administre a aposentadoria e previdência social no Brasil, mas nenhum homem defendeu a supremacia estatal. Também é possível identificar essa tendência do público feminino observando a incidência de respostas especificando “só empresas do governo”, já há maior ocorrência de resultados “só empresas privadas” para os homens.

Tabela 3 – Enquadramento ideológico por gênero

		Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Só empresas privadas
Masculino	% Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	12,5%	87,5%	0%
Feminino		18,2%	43,8%	0%
Masculino	% Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil?	0%	100%	0%
Feminino		27,3%	72,7%	0%
Masculino	% Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil?	0,0%	61,5%	0,0%
Feminino		54,5%*	45,5%	0,0%
Masculino	% Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	100%	0%	0%
Feminino		90,9%	9,1%	0%
Masculino	% Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil?	0,0%	87,5%	12,5%
Feminino		9,1%	90,9%	0,0%
Masculino	% Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil?	0%	87,5%	12,5%
Feminino		0%	100%	0%

Masculino	% Quem deve administrar o	37,5%	62,5%	0%
Feminino	FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	9,1%	90,9%	0%
Masculino	% Quem deve administrar o	12,5%	87,5%	0%
Feminino	SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	0%	100%	0%
Masculino	% Quem deve administrar os	75%	25%	0%
Feminino	PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	72,7%	27,3%	0%
Masculino	% Quem deve administrar a	0,0%	100,0%	0,0%
Feminino	ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?	18,2%	81,8%	0,0%
Masculino	% Quem deve administrar a	0,0%	25,0%	75%**
Feminino	TELEFONIA FIXA no Brasil?	9,1	63,6	27,3%
Masculino	% Quem deve administrar a	0%	25%	75%
Feminino	TELEFONIA CELULAR no Brasil?	0%	72,7%	27,3%
Masculino	% Quem deve administrar os	12,5%	62,5%	25%
Feminino	BANCOS no Brasil?	9,1%	90,9%	0,0%
Masculino	% Quem deve administrar a	0,0%	0,0%	100%
Feminino	FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	0,0%	18,2%	81,8%

Fonte: Elaboração própria (dados da pesquisa).

* Maior enquadramento com a esquerda: vermelho

** Maior enquadramento com a direita: azul

A maior discrepância foi encontrada na pergunta referente a telefonia fixa, 75% dos homens defendem que apenas empresas privadas realize a administração e 25% desejam uma parceria público privada, mas nenhum escolheu apenas o governo. Dentre as mulheres, a maioria (63,6%) escolheu a combinação na administração e 9,1% optou por só empresas do governo. Isso também foi visto nas perguntas sobre rodovias e estradas, e energia elétrica. Em

um cenário de 14 perguntas sobre o tema administração, apenas seis demonstram essa diferença de ideologia entre os gêneros, mas como um todo, a conjuntura permanece mais centralizada para ambos, apenas com essas pequenas variações.

Outra possível diferença encontrada se baseando nos sexos foi a sinalização de que as mulheres se posicionam mais à esquerda quando perguntadas sobre os temas: educação, saúde, aposentadoria e previdência social, justiça, transporte, rodovias e estradas, energia, fabricação de carros. Os homens demonstram essa disposição nos assuntos fornecimento de água e esgoto. Logo, segundo os dados da pesquisa feita, é possível inferir que as mulheres jornalistas de economia são mais à esquerda que os homens entrevistados.

4.2. Relação com a Entrevista

Relacionando esse clima de centro ideológico proveniente do questionário com a entrevista realizada é possível perceber uma das causas do equilíbrio. Segundo o entrevistado, o jornalista econômico deve:

Ouvir os representantes de direita e de esquerda, bem como os de centro. [...] Compreendê-los e apontar os temas que eles discutem. Logo, a inclinação ideológica, mesmo que presente, muitas das vezes se sobrepõe ao trabalho diário do jornalista econômico, pois os temas devem ser gerais e buscar vários tipos de leitores e o profissional deve estar aberto a fontes diversas sobre economia.

Também foi constatado na entrevista um ponto de vista mais liberal em relação à atuação do Estado no trabalho do jornalista e a prevenção contra a intervenção estatal em questões relacionadas às liberdades. É possível estabelecer uma relação com o questionário, pois a média das respostas sobre os limites da atuação da administração pública (1,94) e grau de intervenção estatal (2,36) demonstram uma moderação referente a intensidade de interferência do governo nos setores da sociedade. Essa constatação é reforçada na fala do jornalista entrevistado:

Ele pode usar os jornais para fazer anúncios, considerando a importância desses meios. Mas deve estar aberto para reconhecer as funções dos veículos de informação e a função central é de notícias abertas. Isso é o que permite os jornais contarem o que está ocorrendo. Assim eles são abertos à realidade.

Referente à função da ideologia no trabalho do jornalista, foi percebido na entrevista que o foco se concentra no interesse principal, a notícia. Qualquer coisa – no caso, a

identificação ideológica – que interfira na produção de uma matéria perde espaço e, de acordo com o entrevistado, não ganha credibilidade diante do público. “A função dos jornais é prestar boas informações. Devemos ouvir bem as fontes. Temos que buscar informações relevantes. E temos que publicar no site e no impresso as boas matérias.”

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados encontrados na pesquisa são passíveis de comparação com estudos a respeito de ideologias contidas em outras profissões. Conforme averiguação em análise sobre a ideologia do psicólogo, onde o autor buscava entender qual o papel da ideologia presente no profissional, mais precisamente como o psicólogo lida com essas questões teóricas e as suas possíveis interferências no trabalho como forma de coerção de classes minoritárias (GIL, 1985).

Buscando maior precisão, o autor faz uma separação em dois grupos por meio da preferência de vertente de atuação, os favoráveis ao sistema capitalista e os desfavoráveis. Com isso, é possível estabelecer uma divisão utilizando os termos direita e esquerda contidos e exemplificados neste trabalho, mas que não foi o foco do estudo feito a respeito da ideologia do psicólogo. Os profissionais psicólogos favoráveis ao capitalismo se enquadram com a direita: buscam liberdade para trabalhar e menos interferência do Estado. Os não favoráveis a esse sistema se encontram mais à esquerda: querem do Estado as garantias necessárias para a igualdade.

Também é possível salientar a relação dos resultados obtidos na pesquisa com a ideia de objetividade da qual os jornalistas se baseiam. O perfil ideológico mais enquadrado com o centro político pode demonstrar uma busca, por parte dessa classe de profissionais, pelo distanciamento no seu trabalho a fim de não interferir na notícia. “Os jornalistas realizam seu trabalho de relatar os fatos, assumindo a posição de meros intermediários que reproduzem, na notícia, a realidade social” (AGUIAR; NEDER, 2010).

A ideia de objetividade foi criada com o fim de estabelecer um parâmetro para os profissionais seguirem e não gerar interferência no que era noticiado. Basicamente serve como uma forma “metodologia para lidar com a subjetividade dos fatos [...] ela seria um método capaz de avaliar a faculdade de síntese do jornalista” (AGUIAR; NEDER, 2010).

Nos dias atuais essa objetividade jornalística sofre com críticas, pois, de algumas formas, esse profissional tem sua dinâmica transformada com o advento das tecnologias. Além disso, ele não consegue aproximar o leitor das realidades presentes no espaço

contemporâneo.

Talvez o maior problema da objetividade no jornalismo contemporâneo seja um pressuposto representacional de paradigma platônico. [...] Se o jornalismo moderno era marcado por uma capacidade narrativa de aproximar o leitor do mundo real – ou de sintetizá-lo –, hoje ele é colocado em xeque pela explosão de relatos dos blogs e demais meios. A convicção da ética profissional dos jornalistas, de que os relatos noticiosos espelham os fatos – em suma, a realidade – já não basta (AGUIAR; NEDER, 2010).

6. CONCLUSÃO

O objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil político-ideológico do jornalista econômico brasileiro, uma especialidade do jornalismo. Por meio de questionário e de entrevista, dados relativos ao pensamento ideológico desses profissionais foram levantados. Segundo análise, é provável que esses profissionais se enquadrem no campo político de centro, ou seja, acreditam que a direita e a esquerda possuem propostas interessantes para a sociedade ou que uma combinação dessas vertentes podem produzir resultados mais interessantes do que a supremacia de apenas uma.

Também é possível deduzir que as mulheres participantes da pesquisa tendem a seguir uma vertente ideológica um pouco mais à esquerda, diferente dos homens que foi percebido uma inclinação um pouco à direita. Mas, de modo geral, os jornalistas econômicos se enquadram no campo político de centro e uma das possíveis causas pode ser devido a maior abertura para contato com vertentes ideológicas diferentes no local de trabalho e no desejo de alcançar o mais variado público com suas publicações, conforme foi notado com a resposta da entrevista. Em suma esses profissionais acham necessárias a ordem e a igualdade e não pretendem abrir mão de nenhum dos dois propósitos, pelo contrário prezam por mantê-los.

Pesquisas realizadas demonstram que a maioria dos profissionais jornalistas (49,1%) se definem como à esquerda, à direita são 10,4%, centro 7,2% e os que optaram não responder foram 29,9% (BERGAMO; MICK; LIMA, 2012). Em relação com o público-alvo da pesquisa, os jornalistas econômicos, também é possível proferir que há uma diferenciação de pensamento ideológico da tendência da classe dos jornalistas em geral. Os jornalistas econômicos que participaram da pesquisa se enquadram com o centro, já os profissionais jornalistas de modo geral preferem a ideologia de esquerda.

Tal pesquisa buscou alcançar uma amostra que fosse representativa desse público-alvo para a análise conseguir adquirir maior relevância na sua capacidade de generalização estatística. Infelizmente isso não foi possível, dada a baixa taxa de resposta ao questionário – provavelmente por conta do período em que ele foi aplicado, outubro de 2018, período das eleições presidenciais no Brasil.

Por fim, mesmo com os problemas de uma baixa amostragem, o estudo pode

contribuir para uma melhor conexão com o trabalho do jornalismo econômico e compreensão do papel das influências pessoais do jornalista na produção das notícias. Acredito que, em pesquisas posteriores sobre o assunto, questões com foco na análise de matérias e, posteriormente, cruzamento de dados com o perfil ideológico do jornalista resultariam em uma ampliação e incremento nas reflexões a respeito da área.

7. REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Leonel; NEDER, Vinicius. **Objetividade jornalística: a prática profissional como questão política**. São Paulo: Universidade Metodista, 2010
- BERGAMO, Alexandre; MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro**. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 2012
- BOBBIO, Norberto. **Esquerda e direita: razões e significados de uma distinção política**. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1995
- CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2001
- FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará, 2002
- GENRO FILHO, Adelmo. **A ideologia de Marilena Chauí**. Porto Alegre: Tchê!, 1986
- GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009
- GIL
- KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005
- LENE, Hérica. O jornalismo econômico ontem e hoje: resgate histórico de sua expansão no Brasil. **In: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**, 2, 2004, Florianópolis, GT História do Jornalismo
- OLIVEIRA, Carlos; TURGEON, Mathieu. Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro. **Opinião Pública**, vol.21, n.3, pp.574-600, 2015. doi: 10.1590/1807-01912015213574
- QUINTÃO, Aylê-Salassié Filgueiras. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987
- SINGER, André. **Esquerda e direita no eleitorado brasileiro**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2002
- THOMPSON, Jhon B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011

APÊNDICE 1 – Modelo do Questionário aplicado aos jornalistas econômicos

Questões pessoais

1. Idade
2. Sexo
 - Masculino
 - Feminino
3. Escolaridade
 - Médio
 - Superior (Graduação)
 - Pós-Graduação
 - Mestrado
 - Doutorado
4. Cidade onde mora
5. Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista?
 - Até 1 salário mínimo (até R\$ 954,00)
 - Mais de 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 954,00 a R\$ 1.908,00)
 - Mais de 2 a 3 salários mínimos (de R\$ 1.908,00 a R\$ 2.862,00)
 - Mais de 3 a 4 salários mínimos (R\$ 2.862,00 a R\$ 3.816,00)
 - Mais de 4 a 5 salários mínimos (R\$ 3.816,00 a R\$ 4.770,00)
 - Mais de 5 a 10 salários mínimos (R\$ 4.770,00 a R\$ 9.540,00)
 - Mais de 10 a 20 salários mínimos (R\$ 9.540,00 a R\$ 19.080,00)
 - Mais de 20 salários mínimos (R\$ 19.080,00)
6. Questões profissionais
7. Qual cargo ocupa atualmente?
 - Repórter
 - Editor
 - Chefe de redação
 - Diretor
 - Outro

8. Quanto tempo de serviço tem na empresa atual?

- 1 a 2 anos
- 2 a 5 anos
- 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos

9. Está satisfeito com o trabalho desempenhado?

- Insatisfeito
- Um pouco insatisfeito
- Nem insatisfeito nem satisfeito
- Um pouco satisfeito
- Satisfeito

10. Como se informa?

- Jornais impressos
- Rádio
- Internet
- Televisão
- Redes Sociais
- Amigos
- Outros

Questões ideológicas

11. Quem deve administrar cada uma dessas atividades no Brasil:

Educação

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Saúde

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Aposentadoria e previdência social

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Justiça

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Transporte

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Rodovias e estradas

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Fornecimento de água

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Serviços de esgoto

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Programas sociais

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Energia elétrica

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares

- Governo e empresas particulares

Telefone fixo

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Telefone celular

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Bancos

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

Fabricação de carros

- Só empresas do governo
- Só empresas particulares
- Governo e empresas particulares

12. O governo deve controlar serviços básicos?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

13. O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

14. Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

15. O governo deve socorrer empresas em dificuldades?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

16. O governo deve definir o salário de todos os trabalhadores?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

17. Empresas devem escolher onde construir uma nova filial?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

18. O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos?

Discordo muito

Discordo pouco

Nem concordo nem discordo

Concordo um pouco

Concordo muito

APÊNDICE 2 – Modelo da Entrevista aplicada aos jornalistas econômicos e íntegra da resposta

Informações pessoais

1. Por que optou pelo jornalismo?
2. Você pode falar um pouco sobre sua carreira?
3. Como ingressou no jornalismo econômico? E quais foram as dificuldades?
4. Como você define o jornalismo? Qual seria o papel dele na sociedade?

Ideologia

5. Como você se define do ponto de vista ideológico?
6. Como você avalia a atual conjuntura econômica do Brasil?
7. Como você avalia o cenário de polarização política no Brasil?
8. Como você acredita que o Estado deve atuar em relação ao mercado?
9. O que você pensa sobre o Estado garantir serviços gratuitos aos cidadãos, como saúde e educação?
10. Como o governo deve inserir socialmente os cidadãos que estão marginalizado
11. Em sua opinião, o que leva uma pessoa a ser pobre?
12. Como você acha que o mérito individual influencia nas conquistas pessoais? E no contexto social e político?
13. O que você pensa sobre o Bolsa Família?
14. O que acha da regulamentação da mídia?

Ideologia e trabalho

15. Como é um dia típico de trabalho?
16. Como é a sua relação com as fontes da área de economia?
17. Para quem você escreve? Quem é o seu público?
18. Como você avalia a qualidade do jornalismo econômico no Brasil?
19. Você acha que esse jornalismo adota algum tipo de viés ideológico?
20. Esse ponto de vista participa, de alguma forma da cobertura?
21. Como você avalia a sua autonomia na redação?

APÊNDICE 3 – Respostas encaminhadas por e-mail pelo jornalista econômico entrevistado

Meu primeiro curso universitário foi de arte. Mas, logo depois resolvi sair e passei em Direito na USP. Quando estava no terceiro ano daquela faculdade criei um veículo de informações semanais. Eram informações do Centro Acadêmico XI de Agosto. Eu adorei a função de assessor da imprensa na faculdade de direito e enviava um calendário para os estudantes em todas as segundas-feiras. Depois, virei presidente do XI e continuei escrevendo e me abri para publicar jornais, artigos e tudo o que eu conseguia. No meu último ano de direito prestei jornalismo na PUC-SP e passei. E quando me formei, em direito prestei uma prova na Folha e consegui uma vaga por lá.

Primeiro, eu cobri o setor de informações locais, cidades. Depois, passei em outra prova da Folha para a editoria de esporte. Fiquei com duas funções por lá. Entrava às 7h e saía quase por volta da meia noite. Após quase um ano na Folha tive uma proposta para ir para a Gazeta Mercantil. Quem me chamou foi um editor que havia se formado em Direito na USP como eu. Então aceitei o convite e passou a cobrir Justiça e política. Com menos de um ano na Gazeta fui indicado para trabalhar em Brasília. Gostei muito dessa proposta, pois já estava viajando para apurar histórias na capital do país. Aceitei a mudança, que ocorreu em junho de 1998.

Depois de um bom tempo trabalhando na Gazeta fui chamado para o lançamento de um novo jornal sobre economia. Foi o lançamento do Valor Econômico. Escrevi a manchete do número zero desse jornal em 2000. Estou por lá desde o início. Nos primeiros anos, me dediquei à cobertura de Justiça. Passei vários anos no Supremo. Mas também fiz matérias em outros lugares, inclusive em todos os ministérios de Brasília.

Enquanto trabalha no Valor fiz outro vestibular para entrar na UnB, onde me formei em jornalismo há 12 anos atrás e fiz um mestrado por lá também em comunicação. No final de 2015 mudei para Washington para atuar como correspondente. Fiquei por lá até julho deste ano, quando voltei para ajudar na cobertura das eleições que ocorreram por aqui.

Gostei muito de trabalhar nos EUA, assim como fiz matérias em viagens à Europa, China, países da América. Mas estou achando ótimo o retorno a Brasília, onde passei a atuar

na abertura da sucursal. Com isso, estou aberto a escrever notas sobre todos os meios – de política a economia. E até envio matérias sobre cultura para o jornal.

Eu acho o jornalismo essencial para a sociedade. Ele aponta o que está ocorrendo no país, as expectativas, as tarefas, as medidas a serem implementados, os acertos, as confusões, os eventuais erros. E dá os alertas. É uma função essencial para a sociedade.

Mas, atualmente, os jornais impressos enfrentam novos desafios com os acessos a sites, internet. E os jornais devem se adaptar a isso.

Recentemente, estive morando nos EUA e reparei como os jornais impressos estão terminando por lá. Mas eles dispõem de assinaturas nos sites e isso está funcionando. Eu fiz a assinatura de vários jornais por lá e somente a primeira vez que a fiz recebi impresso. Depois, eu vi como era eficiente o sistema pela internet e passei a receber os principais jornais americanos dessa forma.

Neste ponto, as funções do jornalismo continuam sendo essenciais para a sociedade, ainda mais no momento em que todos podem se informar pelos sistemas da internet. Cabe ao jornalismo apresentar o que está ocorrendo com informações verdadeiras. Isso é central ainda mais hoje, quando notamos que existem informações irregulares pela internet. Isso ocorreu recentemente nas eleições do Brasil e antes nos EUA (em 2016).

Logo, o papel e a função do jornalismo são importantíssimos na sociedade. Eles devem ser amplamente implementadas. E isso tem que ser feito com várias atividades de trabalho. Atualmente, elas devem começar cedo. E também devemos enviar informações de tarde e de noite. Não devemos mais depender apenas do horário dos fechamentos. Mesmo assim, continuar sendo importante fechar bem o material impresso. Ele ainda é relevante.

Do ponto de vista ideológico a função dos jornais é prestar boas informações. Elas devem ser apresentadas com boa apuração. Devemos ouvir bem as fontes. Temos que buscar informações relevantes. E temos que publicar no site e no impresso as boas matérias. Sobre a economia nós temos que publicar matérias sobre os grandes temas. Atualmente, estamos acompanhando as propostas de reforma na economia brasileira. Isso está ocorrendo porque já houve apuração de que sem reformas teremos perdas na economia.

Os jornais devem estar abertos aos sistemas políticos. Temos que ouvir os representantes de direita e de esquerda, bem como os de centro. Temos que compreendê-los e

apontar os temas que eles discutem.

Acho que o Estado deve atuar reconhecendo a necessidade de jornalismo independente. Ele pode usar os jornais para fazer anúncios, considerando a importância desses meios. Mas deve estar aberto para reconhecer as funções dos veículos de informação. E a função central é de notícias abertas. Isso é o que permite os jornais a contarem o que está ocorrendo. Assim eles são abertos à realidade.

Confesso que não tenho posição sobre os serviços gratuitos dos estados à população, como saúde e educação. Para tê-la eu precisaria apurar uma matéria sobre esse assunto. Ou seja, é algo que dá para nós fazermos como jornalistas. Mas, no momento, ainda não levantei dados sobre isso.

Também confesso que precisaria apurar os mecanismos de atuação do governo para inserir socialmente os cidadãos marginalizados. Teria que obter informações sobre esse tema para checar a alguma conclusão. O mesmo vale para o que pode levar alguém a ser pobre, as conquistas pessoais, a Bolsa Família e a regulamentação da mídia. Acho que só podemos chegar a posições sobre esses temas após a apuração deles. Isso é uma função de jornalistas. Cabe a nós levantar. Mas a minha resposta só pode ser dada depois da apuração.

Os dias de trabalho dos jornalistas dependem das funções deles. Nos EUA, eu trabalhei em vários sábados e domingos e nem peguei folgas depois disso, pois estava adorando apurar matérias diversas por lá. Mas compreendi que esses dias devem ter regras para a atuação com competência e saúde dos jornalistas. Agora, estou abrindo o jornal em Brasília. Gosto da função. E outros colegas da redação possuem outras funções. Respeito todos eles!

Converso com muitas fontes da área de economia. Hoje, fui almoçar com uma delas, uma autoridade muito interessante. Escuto pessoas do governo e de empresas. Estou aberto a fontes diversas sobre economia. E gosto muito desse tema.

Escrevo para todos os públicos. Gosto de temas gerais sobre economia, política. E também aproveito temas mais específicos, como matéria sobre um mercado ou sobre um assunto preciso. Eu acho que o jornalismo econômico tem muito espaço no Brasil. Há vários temas que nós precisamos acompanhar para escrever matérias sobre muitos assuntos. Esses artigos são importantes para apontar para os leitores as realidades no país e as medidas que

podem ser tomadas.

Confesso que estou fora de viés ideológico. Nossos temas devem ser gerais e buscar vários tipos de leitores. Adoro fazer coberturas sobre vários temas. Eles podem ser diferentes. Gosto de compreendê-los e de escrever vários textos sobre os assuntos. Comecei a cobrir as reuniões do FMI, em Washington, há cinco anos. Foi um tema novo para mim e fiz matéria para a primeira página do jornal no meu primeiro dia de cobertura na sede do FMI, em Washington, após buscar informações em várias pessoas envolvidas nessa instituição. Então, acho que temos que estar abertos aos temas e buscar os melhores dados para concluir boas matérias.

Gosto muito de autonomia e de buscar vários tipos de informações. O jornalismo é aberto para histórias. Cabe a nós fazer as apurações e escrever textos interessantes. Com eles, a sociedade passa a discutir as medidas mais importantes que podem ser tomadas. O jornalismo é, portanto, essencial para o Brasil. E a atuação em Brasília é importantíssima. Por isso, adorei retornar à capital neste ano. E estou aberto para publicar novas informações.

APÊNDICE 4 – Tabelas geradas a partir das respostas do questionário

Idades mencionadas	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
21	2	10,5%	10,5%	10,5%
22	2	10,5%	10,5%	21,1%
23	2	10,5%	10,5%	31,6%
24	2	10,5%	10,5%	42,1%
32	1	5,3%	5,3%	47,4%
35	4	21,1%	21,1%	68,4%
37	1	5,3%	5,3%	73,7%
39	2	10,5%	10,5%	84,2%
43	1	5,3%	5,3%	89,5%
48	1	5,3%	5,3%	94,7%
64	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Sexo dos participantes	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
-------------------------------	-------------------	--------------------	---------------------------	--------------------------------

Masculino	8	42,1%	42,1%	42,1%
Feminino	11	57,9%	57,9%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Escolaridade do entrevistado	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Médio	1	5,3%	5,3%	5,3%
Superior (Graduação)	11	57,9%	57,9%	63,2%
Pós-Graduação (Especialização)	3	15,8%	15,8%	78,9%
Mestrado	2	10,5%	10,5%	89,5%
Doutorado	2	10,5%	10,5%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Cidade onde mora	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Sem marcação	2	10,5%	10,5%	10,5%
Brasília	13	68,5%	68,5%	79%
Curitiba	2	10,5%	10,5%	89,5%
Porto Alegre	1	5,3%	5,3%	94,7%
Rio de Janeiro	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Renda mensal	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Mais de 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 954,00 a R\$ 1.908,00)	1	5,3%	5,3%	5,3%
Mais de 2 a 3 salários mínimos (de R\$1.908,00 a R\$ 2.862,00)	2	10,5%	10,5%	15,8%
Mais de 3 a 4 salários mínimos (R\$ 2.862,00 a R\$ 3.816,00)	2	10,5%	10,5%	26,3%

Mais de 4 a 5 salários mínimos (R\$ 3.816,00 a R\$ 4.770,00)	3	15,8%	15,8%	42,1%
Mais de 5 a 10 salários mínimos (R\$ 4.770,00 a R\$ 9.540,00)	8	42,1%	42,1%	84,2%
Mais de 10 a 20 salários mínimos (R\$ 9.540,00 a R\$ 19.080,00)	3	15,8%	15,8%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Cargo que ocupa	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Repórter	11	57,9%	57,9%	57,9%
Editor (inclui editor executivo e editor assistente)	2	10,5%	10,5%	68,4%
Produtor	2	10,5%	10,5%	78,9%
Outro	4	21,1%	21,1%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Tempo de empresa	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
1 a 2 anos	9	47,4%	47,4%	47,4%
2 a 5 anos	2	10,5%	10,5%	57,9%
5 a 10 anos	1	5,3%	5,3%	63,2%
mais de 10 anos	7	36,9%	36,9%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Satisfação com o emprego	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Insatisfeito	1	5,3%	5,3%	5,3%
Um pouco insatisfeito	5	26,3%	26,3%	31,6%
Nem insatisfeito nem satisfeito	2	10,5%	10,5%	42,1%
Um pouco	4	21,1%	21,1%	63,2%

satisfeito				
Satisfeito	7	36,8%	36,8%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

EDUCAÇÃO	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	3	15,8%	15,8%	15,8%
Governo e empresas privadas	16	84,2%	84,2%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
SAÚDE	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	3	15,8%	15,8%	15,8%
Governo e empresas privadas	16	84,2%	84,2%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	6	31,6%	31,6%	31,6%
Governo e empresas privadas	13	68,4%	68,4%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
JUSTIÇA	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	18	94,7%	94,7%	94,7%
Governo e empresas privadas	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
TRANSPORTE	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Governo e empresas privadas	18	94,7%	94,7%	94,7%
Só empresas	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
RODOVIAS E ESTRADAS	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa

Só empresas do governo	1	5,3%	5,3%	5,3%
Governo e empresas privadas	17	89,5%	89,5%	94,7%
Só empresas privadas	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
FORNECIMENTO DE ÁGUA	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	4	21,1%	21,1%	21,1%
Governo e empresas privadas	15	78,9%	78,9%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
SERVIÇO DE ESGOTO	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	1	5,3%	5,3%	5,3%
Governo e empresas privadas	18	94,7%	94,7%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
PROGRAMAS SOCIAIS	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	14	73,7%	73,7%	73,7%
Governo e empresas privadas	5	26,3%	26,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
ENERGIA ELÉTRICA	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	2	10,5%	10,5%	10,5%
Governo e empresas privadas	17	89,5%	89,5%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
TELEFONIA FIXA	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	1	5,3%	5,3%	5,3%
Governo e empresas privadas	9	47,4%	47,4%	52,6%

Só empresas privadas	9	47,4%	47,4%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
TELEFONIA CELULAR	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Governo e empresas privadas	10	52,6%	52,6%	52,6%
Só empresas privadas	9	47,4%	47,4%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
BANCOS	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Só empresas do governo	2	10,5%	10,5%	10,5%
Governo e empresas privadas	15	78,9%	78,9%	89,5%
Só empresas privadas	2	10,5%	10,5%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
FABRICAÇÃO DE CARROS	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Governo e empresas privadas	2	10,5%	10,5%	10,5%
Só empresas privadas	17	89,5%	89,5%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

O governo deve controlar serviços básicos?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Concordo um pouco	9	47,4%	47,4%	47,4%
Concordo muito	10	52,6%	52,6%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Discordo muito	10	52,6%	52,6%	52,6%
Discordo pouco	4	21,1%	21,1%	73,7%

Nem concordo nem discordo	2	10,5%	10,5%	84,2%
Concordo um pouco	2	10,5%	10,5%	94,7%
Concordo muito	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Concordo muito	7	36,8%	36,8%	36,8%
Concordo pouco	10	52,6%	52,6%	89,5%
Nem concordo nem discordo	1	5,3%	5,3%	94,7%
Discordo um pouco	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

O governo deve socorrer empresas em dificuldades?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Discordo muito	2	10,5%	10,5%	10,5%
Discordo pouco	7	36,8%	36,8%	47,4%
Nem concordo nem discordo	5	26,3%	26,3%	73,7%
Concordo um pouco	5	26,3%	26,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

O governo deve definir o salário de todos os trabalhadores?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Discordo muito	6	31,6%	31,6%	31,6%
Discordo pouco	9	47,4%	47,4%	78,9%
Nem concordo nem discordo	2	10,5%	10,5%	89,5%
Concordo um pouco	2	10,5%	10,5%	100,0%

Total	19	100,0%	100,0%	
Empresas devem escolher onde construir uma nova filial				
	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Concordo muito	9	47,4%	47,4%	47,4%
Concordo pouco	7	36,8%	36,8%	84,2%
Nem concordo nem discordo	2	10,5%	10,5%	94,7%
Discordo um pouco	1	5,3%	5,3%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	
O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos				
	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Discordo muito	11	57,9%	57,9%	57,9%
Discordo pouco	4	21,1%	21,1%	78,9%
Concordo um pouco	4	21,1%	21,1%	100,0%
Total	19	100,0%	100,0%	

Relação Gênero

		Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?		Total	
		Só empresas do governo	Governo e empresas privadas		
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	1	7	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	12,5%	87,5%	100,0%

		% em Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	33,3%	43,8%	42,1%
	Feminino	Contagem	2	9	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	18,2%	81,8%	100,0%
		% em Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	66,7%	56,3%	57,9%
Total		Contagem	3	16	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	15,8%	84,2%	100,0%
		% em Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *		Total
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	0	8	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	100,0%	100,0%

		% em Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	0,0%	50,0%	42,1%
	Feminino	Contagem	3	8	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	27,3%	72,7%	100,0%
		% em Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	100,0%	50,0%	57,9%
Total		Contagem	3	16	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	15,8%	84,2%	100,0%
		% em Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil?		
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	0	8	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	100,0%	100,0%

		% em Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil?	0,0%	61,5%	42,1%
	Feminino	Contagem	6	5	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	54,5%	45,5%	100,0%
		% em Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil?	100,0%	38,5%	57,9%
Total		Contagem	6	13	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	31,6%	68,4%	100,0%
		% em Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?		
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2	Masculino	Contagem	8	0	8

para Feminino, 0 para não informado		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	100,0%	0,0%	100,0%
		% em Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	44,4%	0,0%	42,1%
	Feminino	Contagem	10	1	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	90,9%	9,1%	100,0%
		% em Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	55,6%	100,0%	57,9%
Total	Contagem	18	1	19	
	% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	94,7%	5,3%	100,0%	
	% em Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	
		Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil			
		Governo e empresas privadas	Só empresas	Total	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0	Masculino	Contagem	7	1	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para	87,5%	12,5%	100,0%

para não informado		não informado				
		% em Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil	38,9%	100,0%	42,1%	
		Contagem	11	0	11	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	100,0%	0,0%	100,0%	
Feminino		% em Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil	61,1%	0,0%	57,9%	
		Contagem	18	1	19	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	94,7%	5,3%	100,0%	
Total		% em Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil	100,0%	100,0%	100,0%	
		Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil				
		Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Só empresas	Total	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não	Masculino	Contagem	0	7	1	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	87,5%	12,5%	100,0%

informado		% em Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil	0,0%	41,2%	100,0%	42,1%
	Feminino	Contagem	1	10	0	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	9,1%	90,9%	0,0%	100,0%
		% em Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil	100,0%	58,8%	0,0%	57,9%
Total		Contagem	1	17	1	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	5,3%	89,5%	5,3%	100,0%
		% em Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?			
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não	Masculino	Contagem	3	5	8	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	37,5%	62,5%	100,0%	

informado		% em Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	75,0%	33,3%	42,1%
	Feminino	Contagem	1	10	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	9,1%	90,9%	100,0%
		% em Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	25,0%	66,7%	57,9%
Total		Contagem	4	15	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	21,1%	78,9%	100,0%
		% em Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?		
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não	Masculino	Contagem	1	7	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	12,5%	87,5%	100,0%

informado		% em Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	100,0%	38,9%	42,1%
	Feminino	Contagem	0	11	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	100,0%	100,0%
		% em Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	0,0%	61,1%	57,9%
Total	Contagem	1	18	19	
	% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	5,3%	94,7%	100,0%	
	% em Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	
			Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?		
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não	Masculino	Contagem	6	2	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	75,0%	25,0%	100,0%

informado		% em Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	42,9%	40,0%	42,1%
	Feminino	Contagem	8	3	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	72,7%	27,3%	100,0%
		% em Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	57,1%	60,0%	57,9%
Total	Contagem	14	5	19	
	% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	73,7%	26,3%	100,0%	
	% em Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	
			Quem deve administrar a ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?		
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não	Masculino	Contagem	0	8	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	100,0%	100,0%

informado		% em Quem deve administrar a ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?	0,0%	47,1%	42,1%	
	Feminino	Contagem	2	9	11	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	18,2%	81,8%	100,0%	
		% em Quem deve administrar a ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?	100,0%	52,9%	57,9%	
Total		Contagem	2	17	19	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	10,5%	89,5%	100,0%	
		% em Quem deve administrar a ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	
			Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?			
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Só empresas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	0	2	6	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%

		% em Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	0,0%	22,2%	66,7%	42,1%
	Feminino	Contagem	1	7	3	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	9,1%	63,6%	27,3%	100,0%
		% em Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	100,0%	77,8%	33,3%	57,9%
Total		Contagem	1	9	9	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	5,3%	47,4%	47,4%	100,0%
		% em Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?			
			Governo e empresas privadas	Só empresas	Total	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	2	6	8	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	25,0%	75,0%	100,0%	

		% em Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	20,0%	66,7%	42,1%	
	Feminino	Contagem	8	3	11	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	72,7%	27,3%	100,0%	
		% em Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	80,0%	33,3%	57,9%	
Total		Contagem	10	9	19	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	52,6%	47,4%	100,0%	
		% em Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%	
			Quem deve administrar os BANCOS no Brasil			
			Só empresas do governo	Governo e empresas privadas	Só empresas	Total
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	1	5	2	8
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%

		% em Quem deve administrar os BANCOS no Brasil	50,0%	33,3%	100,0%	42,1%
	Feminino	Contagem	1	10	0	11
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	9,1%	90,9%	0,0%	100,0%
		% em Quem deve administrar os BANCOS no Brasil	50,0%	66,7%	0,0%	57,9%
Total		Contagem	2	15	2	19
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	10,5%	78,9%	10,5%	100,0%
		% em Quem deve administrar os BANCOS no Brasil	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?			
			Governo e empresas privadas	Só empresas	Total	
Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	Masculino	Contagem	0	8	8	
		% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	0,0%	100,0%	100,0%	
		% em Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	0,0%	47,1%	42,1%	

		Contagem	2	9	11
	Feminino	% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	18,2%	81,8%	100,0%
		% em Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	100,0%	52,9%	57,9%
		Contagem	2	17	19
	Total	% em Informe o sexo do respondente. Digite 1 para Masculino, 2 para Feminino, 0 para não informado	10,5%	89,5%	100,0%
		% em Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	100,0%	100,0%	100,0%

Frequência Geral

	Informe a idade do respondente	Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	Quem deve administrar a APOSENTADORIA E PREVIDÊNCIA SOCIAL no Brasil	Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil	Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Brasil
Média	32,74	1,84	1,84	1,68	1,05	2,05	2,00
N	19	19	19	19	19	19	19
Desvio Padrão	11,259	,375	,375	,478	,229	,229	,333

Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	Quem deve administrar a ENERGIA ELÉTRICA no Brasil?	Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	Quem deve administrar os BANCOS no Brasil	Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?
1,79	1,95	1,26	1,89	2,42	2,47	2,00	2,89
19	19	19	19	19	19	19	19
,419	,229	,452	,315	,607	,513	,471	,315

Mais próximo de 1,0: Esquerda	Mais próximo de 2,0: Centro	Mais próximo de 3,0: Direita
----------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

O governo deve controlar serviços básicos?	O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?	Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?	O governo deve socorrer empresas em dificuldades?	O governo deve definir o salário de todos os trabalhadores ?	Empresas devem escolher onde construir uma nova filial	O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos
4,53	1,95	1,79	2,68	2,00	1,74	1,84
19	19	19	19	19	19	19
,513	1,268	,787	1,003	,943	,872	1,214

Acima de 3,0 esquerda
Abaixo de 3,0 direita

Correlação renda

		N	Correlação	Sig.
Par 1	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	19	-,022	,930

Par 2	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	19	,308	,200	
Par 3	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	19	-,211	,385	
Par 4	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	19	-,451	,053	Quanto maior a renda, maior a tendência de achar que governos devem administrar programas sociais
Par 5	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	19	-,133	,587	
Par 6	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	19	-,102	,677	
Par 7	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & O governo deve controlar serviços básicos?	19	,102	,677	

Par 8	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?	19	,280	,245
Par 9	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?	19	,003	,992
Par 10	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & Empresas devem escolher onde construir uma nova filial	19	-,074	,763
Par 11	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? & O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos	19	-,007	,978

Teste de amostras emparelhadas

		Diferenças emparelhadas					t	df	Sig. (2 extremidades)
		Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média	95% Intervalo de Confiança da Diferença				
					Inferior	Superior			
Par 1	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	3,421	1,502	,345	2,697	4,145	9,925	18	,000
Par 2	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar a FABRICAÇÃO DE CARROS no Brasil?	2,368	1,383	,317	1,702	3,035	7,466	18	,000

Par 3	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar a JUSTIÇA no Brasil?	4,211	1,512	,347	3,482	4,939	12,137	18	,000
Par 4	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar os PROGRAMAS SOCIAIS no Brasil?	4,000	1,700	,390	3,181	4,819	10,258	18	,000
Par 5	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	2,842	1,642	,377	2,051	3,633	7,545	18	,000
Par 6	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	2,789	1,584	,363	2,026	3,553	7,677	18	,000
Par 7	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - O governo deve controlar serviços básicos?	,737	1,485	,341	,021	1,453	2,163	18	,044
Par 8	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - O governo deve interferir em todo o funcionamento das empresas?	3,316	1,635	,375	2,528	4,104	8,841	18	,000
Par 9	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Empresas são responsáveis pelo treinamento da mão de obra?	3,474	1,645	,377	2,681	4,267	9,202	18	,000

Par 10	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - Empresas devem escolher onde construir uma nova filial	3,526	1,744	,400	2,686	4,367	8,814	18	,000
Par 11	Qual a sua renda mensal proveniente do trabalho como jornalista? - O governo deve controlar os preços de todos os produtos vendidos	3,421	1,895	,435	2,508	4,334	7,870	18	,000

Correlação assuntos

		Média	N	Desvio Padrão	Erro padrão da média
Par 1	Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil?	1,84	19	,375	,086
	Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	1,84	19	,375	,086
Par 2	Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil	2,05	19	,229	,053
	Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Bras	2,00	19	,333	,076
Par 3	Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil?	1,79	19	,419	,096
	Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	1,95	19	,229	,053
Par 4	Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil?	2,42	19	,607	,139
	Quem deve administrar a TELEFONIA	2,47	19	,513	,118

	CELULAR no Brasil?				
--	--------------------	--	--	--	--

		N	Correlação	Sig.
Par 1	Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil? & Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	19	,604	,006
Par 2	Quem deve administrar o TRANSPORTE no Brasil & Quem deve administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Bras	19	,726	,000
Par 3	Quem deve administrar o FORNECIMENTO DE ÁGUA no Brasil? & Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	19	,456	,049
Par 4	Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil? & Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	19	,930	,000

		Diferenças emparelhadas					t	df	Sig. (2 extremidades)
		Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média	95% Intervalo de Confiança da Diferença				
					Inferior	Superior			
Par 1	Quem deve administrar a EDUCAÇÃO no Brasil? - Quem deve administrar a SAÚDE no Brasil? *	0,000	,333	,076	-,161	,161	0,000	18	1,000
Par 2	Quem deve administrar o TRANSPORT E no Brasil - Quem deve	,053	,229	,053	-,058	,163	1,000	18	,331

	administrar as RODOVIAS E ESTRADAS no Bras								
Par 3	Quem deve administrar o FORNECIME NTO DE ÁGUA no Brasil? - Quem deve administrar o SERVIÇO DE ESGOTO no Brasil?	-,158	,375	,086	-,338	,023	-1,83 7	18	,083
Par 4	Quem deve administrar a TELEFONIA FIXA no Brasil? - Quem deve administrar a TELEFONIA CELULAR no Brasil?	-,053	,229	,053	-,163	,058	-1,00 0	18	,331