

“Acima do que o mercado esperava”: a economia no periódico juvenil Tino Econômico

“Above what the market expected”: the economy in the youth periodical Tino Econômico

“Por encima de lo que el mercado esperaba”: la economía en la publicación juvenil Tino Económico

Daniel Miguel Rosa¹
Juliana Doretto²

Resumo: Fundado em 2022, o Tino Econômico é um periódico dedicado a transmitir noções de economia para o público jovem. Ele se diz o primeiro e único jornal no Brasil a tratar dessa questão para adolescentes e é voltado principalmente ao trabalho nas escolas. O jornalismo econômico, por sua vez, tende a trazer o funcionamento do mercado, sobretudo o do sistema financeiro, como regulador de todos os processos sociais. Assim, neste trabalho, por meio da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística, buscamos compreender a concepção de economia que surge no Tino Econômico, gerando discussões a respeito da narrativa jornalística sobre mercado e educação financeira. Entre os resultados, nota-se que o Tino reverbera a cobertura da mídia hegemônica, sem apuração própria, dando ênfase ao mercado e sem aproximar as notícias do dia a dia dos jovens.

Palavras-chave: Jornalismo infantojuvenil. Jornalismo econômico. Tino Econômico.

Abstract: Founded in 2022, Tino Econômico is a periodical dedicated to conveying economic concepts to a young audience. It claims to be the first and only newspaper in Brazil to address this issue for teenagers and is primarily aimed at use in schools. Economic journalism, in turn, tends to present the workings of the market, especially the financial system, as the regulator of all social processes. Thus, in this work, using the Pragmatic Analysis of Journalistic Narrative, we seek to understand the conception of economics that emerges in Tino Econômico, generating discussions about the journalistic narrative on the market and financial education. Among the results, it is noted that Tino echoes the coverage of the hegemonic media, without conducting its own reporting, emphasizing the market and failing to connect the news to the daily lives of young people.

Keywords: Children's and youth journalism. Economic journalism. Tino Econômico.

¹ Estudante do curso de jornalismo da PUC-Campinas; foi bolsista de Iniciação Científica do CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5673-3771>. E-mail: daniel.mr2@puccampinas.edu.br.

² Professora do curso de jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Educação da PUC-Campinas; bolsista produtividade do CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3078-2165>. E-mail: jdoretto@gmail.com.

Resumen: Fundado en 2022, Tino Económico es una publicación periódica dedicada a transmitir nociones de economía a un público joven. Afirma ser el primer y único periódico en Brasil que aborda esta cuestión para adolescentes y está dirigido principalmente a trabajar en las escuelas. El periodismo económico, a su vez, tiende a presentar el funcionamiento del mercado, especialmente del sistema financiero, como regulador de todos los procesos sociales. Así, en este trabajo, por medio del Análisis Pragmático de la Narrativa Periodística, buscamos comprender la concepción de economía que surge en Tino Económico, generando discusiones respecto a la narrativa periodística sobre el mercado y la educación financiera. Entre los resultados, se observa que Tino reverbera la cobertura de los medios hegemónicos, sin una verificación propia, haciendo énfasis en el mercado y sin acercar las noticias al día a día de los jóvenes.

Palabras-clave: Periodismo infantil y juvenil. Periodismo económico. Tino Econômico.

Submetido 03/08/2025

Aceito 27/10/2025

Publicado 14/11/2025

Considerações iniciais

O Tino Econômico é um jornal dedicado a transmitir noções de economia para os jovens. Fundado em 2022 pela editora Magia de Ler, especializada em jornalismo infantojuvenil, ele tem como objetivo, segundo seu site, “apoiar a educação financeira desse público, estimulando o conhecimento e o interesse pela economia por meio da leitura de notícias do Brasil e do mundo”³.

Nos primeiros seis meses de publicação, o jornal era distribuído de forma gratuita para escolas públicas e privadas, com apoio do Instituto XP, uma plataforma que oferece cursos de educação financeira para pessoas em situação de vulnerabilidade. Hoje, ele é vendido por meio de assinaturas, da versão impressa e do conteúdo on-line ou apenas da versão digital do periódico. Sua política editorial diz que, “[a]lém do caráter noticioso, o TINO Econômico tem uma missão educadora, de mostrar aos leitores a importância de entender a economia e controlar as finanças”⁴.

O jornalismo econômico tem uma linguagem própria, que, para um leitor comum, pode ser de difícil compreensão. Isso se dá porque na maioria das vezes o profissional apenas reproduz o discurso da fonte especialista (Kucinski, 1996 apud Jacobini, 2008), sem transformar a fala em algo mais objetivo e compreensível para o leitor menos experiente. O uso de jargões, infográficos e termos em línguas estrangeiras que não têm tradução, por exemplo, são pontos aos quais os jornalistas deveriam ficar atentos.

Trabalhar com o jornalismo econômico, que já exigiria esse cuidado, pode ser um desafio para a equipe do Tino, pois intencionalmente o periódico fala a um público juvenil e tem como pano de fundo o ambiente escolar. Doretto (2013) diz que, para fazer jornalismo destinado a crianças e adolescentes, é preciso entender o cenário social em que eles estão inseridos, observar seus gostos, interesses e objetivos e pautar de forma contextualizada o conteúdo a ser trabalhado na narrativa jornalística, independentemente da área — neste caso, o econômico. O mesmo diz Furtado (2013, p. 74), ao trazer citação de Cohn (2009) sobre as crianças: “Precisamos nos fazer capazes de entender a criança e seu mundo a partir de seu próprio ponto de vista”.

³ Disponível em: <https://www.tinoeconomico.com.br/sobre-o-tino/>. Acesso em 2 out. 2025.

⁴ Disponível em: <https://www.tinoeconomico.com.br/linha-editorial/>. Acesso em 2 out. 2025.

Além disso, Sarmiento (2007, p. 19 apud Furtado, 2013, p. 75) aponta que crianças e adolescentes, se colocadas apenas “no papel de destinatários das políticas educativas e das práticas pedagógicas orientadas pelos adultos”, são capazes de se enxergarem no mundo com um papel social redutor, como se não fossem capazes de atuar na sociedade de forma autônoma e crítica, sendo apenas objetos de proteção. Nesse sentido, o Tino Econômico diz que sua “intenção maior é dar aos jovens repertório de informação sobre economia e educação financeira, ao ponto de torná-los cidadãos participativos, capazes de produzir e consumir de forma consciente”⁵.

Assim, nesta pesquisa, nos interessa saber como o jornal Tino apresenta o mundo econômico para os adolescentes: temos como objetivo principal identificar *a compreensão do sistema econômico e das finanças construída pelo periódico*.

Jornalismo econômico

O jornalismo econômico, segundo Jacobini (2008), não deve se limitar a incidentes isolados, mas enfatizar a natureza contínua dos eventos econômicos e suas interconexões. Essa perspectiva permite que os jornalistas abordem um contexto mais amplo para notícias, refletindo a transformação contínua do cenário econômico. No entanto, essa especialização do jornalismo tem apresentado como tendência a simplificação de conceitos econômicos complexos, muitas vezes reduzindo-os a termos que podem não capturar totalmente seu significado.

Nesse mesmo sentido, ainda segundo Jacobini (2008), a linguagem usada no jornalismo econômico é muito específica e muitas vezes reflete o jargão do setor financeiro, o que pode levar à falta de clareza para os leitores que não estão acostumados a esses termos. Isso ocorre, segundo a autora, porque os jornalistas podem depender muito de expressões técnicas para as suas narrativas, resultando em um estilo complexo de escrita. Há, porém, outros jornalistas que enfrentam dificuldades em compreender essa linguagem técnica e o conteúdo associado a tópicos econômicos. Esse cenário pode levar a interpretações errôneas e ao uso de terminologia inadequada, o que complica ainda mais a comunicação de questões econômicas ao público. Essas características apresentadas por Jacobini (2008) destacam as complexidades e os desafios

⁵ Disponível em: <https://www.tinoeconomico.com.br/linha-editorial/>. Acesso em 2 out. 2025.

ao jornalismo econômico, enfatizando a necessidade de clareza e uma compreensão mais profunda dos conceitos da economia para se comunicar efetivamente com o público.

Da mesma forma, para Cruz e Vieira (2024), o jornalismo econômico geralmente envolve terminologia complexa, que pode alienar o público em geral. Quando os jornalistas não conseguem “traduzir” – o que é diferente de simplificar – fatos econômicos para uma linguagem acessível, seus textos podem ficar cheios de jargões, dificultando a compreensão do conteúdo pelos leitores. Os jornalistas devem estar cientes de que estão se comunicando com um público diverso, que pode não ter formação em economia, e essa conscientização é essencial para garantir que as informações sejam compreensíveis. Isso envolve explicar conceitos em partes e usar analogias ou exemplos que se relacionem com experiências cotidianas, de modo a contextualizar as notícias econômicas.

Ainda segundo o trabalho de Cruz e Vieira (2024), incorporar elementos visuais como infográficos, tabelas e gráficos pode ajudar significativamente na compreensão. Essas ferramentas auxiliam a ilustrar tendências e dados, de forma que seja interessante para o leitor. No entanto, é crucial que esses conteúdos não sejam sobrecarregados com informações, pois isso também pode levar à confusão.

Trabalho de Luciana Corrêa (2006), em entrevistas com 12 jornalistas que fazem a cobertura da área de economia em veículos como Correio Braziliense; Folha de S. Paulo; O Estado de S. Paulo; Valor Econômico; TV Globo, SBT etc., mostrou que eles empregam várias técnicas para esse tipo de cobertura. Eles são encorajados, em alguns veículos, a evitar o uso de jargões econômicos complexos ao se comunicar com o público, porém parte deles acredita que é necessário usar termos técnicos na cobertura. A falta de pesquisas sobre a percepção do público em relação ao noticiário foi, no entanto, bastante reportada.

Outro ponto importante a ser discutido é que o jornalismo econômico geralmente reflete uma ideologia implícita, relacionada ao “mercado” financeiro. Essa perspectiva estrutura o modo como as notícias econômicas são relatadas, potencialmente priorizando narrativas orientadas por agentes desse campo, em detrimento de outros pontos de vista econômicos. Ainda segundo Jacobini (2008), o conceito de mercado é central para o jornalismo econômico, mas sua representação muitas vezes carece de profundidade. Em sua essência, o mercado é entendido como um mecanismo no qual o fornecimento de bens e serviços atende à demanda em certos níveis de preço. Essa definição abrange não apenas transações financeiras, mas

também trabalho, terra e outros elementos econômicos, indicando uma compreensão mais ampla das interações econômicas. No jornalismo econômico, no entanto, o termo “mercado” é frequentemente reduzido a um foco estreito, centrado no financeiro.

Por outro lado, as narrativas jornalísticas muitas vezes personificam o mercado, atribuindo emoções e comportamentos a ele, como quando os repórteres se referem ao “humor do mercado”. Esse antropomorfismo pode induzir os leitores a pensar no mercado como uma entidade singular com vontade própria, em vez de uma coleção de atores e instituições individuais que tomam decisões com base em expectativas racionais (Jacobini, 2008).

A interferência política no jornalismo econômico é outra preocupação significativa, pois pode estruturar as narrativas apresentadas ao público. Economistas geralmente servem como fontes primárias de notícias econômicas. Mas suas análises podem refletir os interesses de certos grupos políticos, levando a relatórios tendenciosos que apoiam políticas ou ideologias específicas (Lene, 2020), marginalizando pontos de vista alternativos e análises críticas. É necessário, então, contextualizar o leitor sobre as vinculações desses especialistas ouvidos na reportagem.

Por fim, jornalistas devem se esforçar para trazer ao leitor informações sobre como aquele acontecimento econômico noticiado impacta no dia a dia, trazendo à reportagem perspectiva popular, garantindo que seu trabalho não seja influenciado por interesses externos, e mantendo o foco no interesse social. Essa integridade ajuda a construir confiança com o público, tornando-o mais propenso a se envolver com o conteúdo (Cruz; Vieira, 2024).

Em resumo, tópicos econômicos geralmente envolvem teorias e dados intrincados, e os jornalistas devem se concentrar em traduzir essas ideias complexas em termos mais simples que as pessoas possam entender, além de explicar por que um evento econômico específico é importante e como ele afeta a vida diária do leitorado. Sem essa tradução, o conteúdo pode fazer sentido apenas para aqueles já familiarizados com o assunto, deixando o público mais amplo confuso e desinteressado. Ao implementar essas estratégias, o jornalismo econômico pode se tornar mais compreensível e acessível, contribuindo para que a audiência esteja mais bem informada, independentemente da faixa etária.

Adolescentes e o jornalismo

Algumas pesquisas realizadas com jovens brasileiros de vivências diferentes apresentam resultados com algumas semelhanças na compreensão de como eles consomem notícias. A pesquisa de Silva (2020), que entrevistou adolescentes entre 15 e 17 anos, destaca que os jovens acessam notícias predominantemente por meio de plataformas digitais. Aproximadamente 77,8% dos adolescentes pesquisados relataram consumir notícias on-line por meio de computadores, e 76,7% usam smartphones para o mesmo propósito. Já o trabalho de Carlos Humberto Ferreira Silva Jr, Alice Gonzalez, Desirée Assis, Emanuele Almeida, Giulia Colombo Caporrino e Lorrana Marino (2021) fornece compreensões sobre como 61 alunos de cursos pré-vestibulares da Unesp/Bauru percebem a mídia jornalística e interagem com ela. Uma parcela significativa dos alunos (25,2%) recebe notícias principalmente por meio de plataformas de mídia social, como Facebook, Instagram e Twitter. Além disso, 22,8% acessam notícias de sites jornalísticos, como g1 e UOL. Em contraste, a mídia sonora, como rádio e podcasts, é menos acessada, com apenas 1,5% e 0,5% dos alunos usando essas fontes, respectivamente. Isso indica uma clara preferência pelos formatos digitais para consumo de notícias.

Silva Jr. et al. (2021, p. 78), ao avaliarem como os entrevistados identificam a credibilidade do jornalismo, descobriram que a maior parte dos estudantes conseguem diferenciar notícias falsas e verdadeiras, mas com índices diferentes, de acordo com a peça apresentada (de 67,21% a 95,08%), mostrando alguma dificuldade no reconhecimento da linguagem jornalística. Além disso, apesar de mais de 95% deles reconhecerem a importância de verificar informações, nem todos os alunos se envolvem nessa prática (cerca de 44% afirmam não realizarem a checagem com frequência). Essa falta de verificação influencia seu julgamento sobre notícias e sua compreensão geral do conteúdo da mídia, muitas vezes levando à confiança em crenças pessoais (no sentido de acreditar ser real), em vez de busca por precisão factual.

Já uma pesquisa de Doretto (2023) mostra que adolescentes, particularmente de áreas periféricas da cidade de Campinas (SP), não se limitam a veículos de notícias tradicionais. Eles geralmente consomem informações de várias fontes, incluindo perfis de mídia social, que consideram relevantes e interessantes. Muitos deles não priorizam se as informações vêm de uma fonte jornalística. Em vez disso, eles se concentram na relevância e na clareza das

informações. Isso indica uma mudança na forma como eles definem a produção noticiosa, pois rotulam qualquer conteúdo novo e envolvente como digno de notícia. Ou seja, trata-se de uma compreensão mais ampla para eles do que se constitui como notícia, estendendo-se além do jornalismo convencional.

Em um contexto de análise sobre um tipo de jornalismo específico, o científico, foi identificada uma falta de confiança entre os jovens em relação às notícias, o que pode ser atribuído a vários fatores, conforme destacado na pesquisa de Thaiane Moreira de Oliveira, Maria Elizabeth Pinto de Melo e Lumárya Souza de Sousa (2020). Os jovens geralmente se envolvem com várias fontes de mídia, incluindo aquelas que se opõem às narrativas tradicionalmente divulgadas pela mídia hegemônica. Essa abordagem crítica permite que eles entendam diferentes perspectivas sobre a realidade, mas também contribui para seu ceticismo sobre a confiabilidade das notícias. Por exemplo, os jovens entrevistados mencionaram a importância de visualizar pontos de vista opostos para compreender o contexto mais amplo das questões, indicando uma desconfiança em narrativas apresentadas pela mídia tradicional, que defenderiam visões hegemônicas.

A pesquisa de Doretto (2023) com os jovens da região periférica de Campinas destaca ainda que os padrões de consumo de notícias dos adolescentes são influenciados por seu contexto social, incluindo a percepção de que suas vivências não são representadas na mídia convencional. Isso reflete uma questão social mais ampla, em que as vozes jovens são frequentemente marginalizadas nos ambientes públicos e de decisão. Assim, eles se envolvem com conteúdo que ressoa suas realidades enquanto simultaneamente questionam a maior parte das narrativas apresentadas pela mídia tradicional.

Os adolescentes entrevistados na pesquisa de Doretto (2023) expressaram ainda desacordo com a forma como a mídia retrata sua faixa etária. Eles sentem que as representações não refletem com rigor suas experiências e perspectivas. No entanto, é notado que esse descontentamento geralmente não é discutido com colegas ou familiares, sugerindo um nível de indiferença em relação à influência da mídia em suas vidas como adolescentes.

Por fim, o consumo noticioso pode ter sobre os jovens um impacto emocional significativo. Estudantes ouvidos por Silva Jr. et al. (2021) relataram se sentir sobrecarregados e deprimidos pelas notícias negativas, principalmente em relação a questões políticas e educacionais. Essa resposta emocional pode levar a um afastamento do consumo noticioso,

corroendo ainda mais sua confiança nos meios de comunicação. Nesse sentido, de acordo com Camila Garcia da Silva (2020), uma parcela significativa de adolescentes por ela entrevistados prefere notícias positivas ou voltadas para soluções. Além disso, 66,7% estão interessados em notícias relacionadas à saúde e 57,3% gostam de descobertas científicas.

Em resumo, os artigos analisados pedem uma mudança na forma como os adolescentes são representados no jornalismo. Há uma necessidade de práticas mais inclusivas, que permitam sua participação e representação plural, o que pode contribuir ainda para um cenário de mídia mais democrático. Os jovens expressam um desejo de maior envolvimento em discussões públicas, travadas também por meio do jornalismo. Eles buscam reconhecimento como participantes ativos no processo de produção de conhecimento, o que pode aumentar sua confiança nas informações que consomem. Essa necessidade de engajamento reflete sua postura crítica em relação à mídia.

Metodologia

Em 2008, Luiz Gonzaga Motta publica texto intitulado *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*. Nele, o autor trata da narrativa midiática de maneira geral, além de estipular certos procedimentos para a análise daquela construída especificamente pelo jornalismo: “A narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores e mitos, etc.) em relatos” (Motta, 2005, p. 2).

Em nossa análise, seguiremos alguns procedimentos estipulados pelo autor. Ele apresenta sete movimentos que o pesquisador deve realizar para a compreensão da narrativa, como a identificação dos conflitos e das personagens jornalísticas, e de suas funcionalidades na trama. Nesta pesquisa, pelo escopo breve do trabalho e também pelos objetivos da investigação, vamos nos ater a um deles. O primeiro movimento, denominado “Recomposição da intriga ou do acontecimento jornalístico”, envolve a elaboração da narrativa jornalística construída com base no relato de um acontecimento que se modifica com o tempo. Motta (2008, p. 4) nos diz que, no jornalismo, as notícias diárias são “fragmentos desconexos de sentido, [e] dificilmente contam uma história completa”. Assim, se o jornalismo apresenta episódios isolados de uma história que se desenvolve ao longo do tempo, mas sem restituir ao leitor a integralidade dos fatos e processos sociais que a envolvem, é necessário ao analista “a reconfiguração das

seqüências em um enredo coerente”, pois assim “o que antes parecia desconectado vai ganhando continuidade e coesão, vai surgindo uma nova intriga complexa que confere ao objeto outra significação” (Motta, 2005, p. 4).

Desse modo, buscamos identificar, ao longo de reportagens publicadas em 2024, alguns acontecimentos que foram abordados de forma diacrônica e receberam destaque no período. Essas narrativas episódicas foram por nós analisadas, a fim de entender que concepção de economia se deixa ver no Tino.

Resultados e análises

Segundo os conceitos estipulados por Motta (2005), para resgatar a intriga jornalística em coberturas realizadas pelo Tino Econômico, selecionamos reportagens que tenham conseguido destaque do jornal ao longo de algumas edições. Fizemos a busca no campo de pesquisa do site, que agrega tanto as reportagens publicadas na edição impressa quanto as veiculadas apenas no on-line.

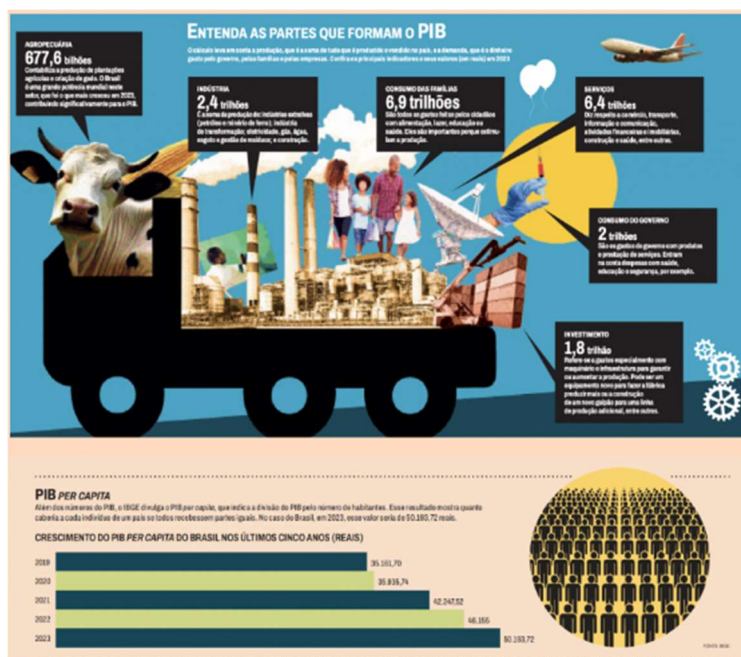
Em uma primeira análise, é interessante observar que não encontramos muitos objetos que poderiam servir de estudo segundo essa metodologia, pois o Tino aparentou não se aprofundar em nenhum tipo de cobertura. O que foi possível selecionar foi um conjunto de três reportagens que tratam da atualização do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil referente a 2023 e outro, também com três textos, sobre a intenção do governo federal em realizar mudanças nas regras do Pix e a revogação desses planos, que aconteceram no início de 2025. Na cobertura internacional, selecionamos textos sobre a vitória de Donald Trump nas eleições estadunidenses de 2024. Em uma sequência de três reportagens, a primeira noticia a vitória do candidato, a segunda repercute as ideias defendidas por ele na campanha e suas implicações na política econômica internacional e, por fim, a última busca explicar como o novo governo do Estados Unidos pode refletir no Brasil.

Começamos pelo primeiro caso selecionado. A primeira reportagem foi publicada no dia 12 de março de 2024, tendo como título “O PIB do Brasil cresceu. O que isso significa?” Na linha fina, está: “Compreenda a importância de medir o Produto Interno Bruto e conheça os números e as informações contidas nesse indicador econômico”. Há um item acompanhando o texto que diz “Edições impressas”, mostrando que também foi publicada na versão em papel.

O primeiro parágrafo vem com a notícia de que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou o valor do PIB do ano de 2023: “O PIB totalizou 10,9 trilhões de reais, o que representa um crescimento de 2,9%”. Logo abaixo há um gráfico com os números desse índice nos últimos cinco anos e a composição do PIB (Figura 1). Até o momento, a única fonte de informação é o IBGE. No segundo parágrafo, o “mercado” aparece “surpreso” com a notícia: “acima do que o mercado esperava”. A reportagem coloca ainda o país nas dez maiores economias do mundo, citando como fonte a Austin Rating, uma agência classificadora de risco de crédito brasileira.

A matéria segue com um intertítulo, “Termômetro da economia”, junto a outro gráfico sobre o valor do PIB durante os quatro trimestres de 2023. Nos dois parágrafos desse tópico, o texto explica, sem apresentar fonte, que, apesar de o crescimento desse indicador econômico ser positivo, isso não se reflete no grau de desenvolvimento do país, pois não leva em conta a distribuição de renda. Há um segundo, e último, intertítulo — “Como é medido o PIB?” — seguido de mais dois gráficos, um sobre o crescimento de cada indicador econômico e outro sobre o crescimento do PIB per capita, além uma ilustração explicando as “partes que formam o PIB”, que busca didatismo.

Figura 1: Gráfico sobre o PIB



Fonte: Tino Econômico, 12 mar. 2024.

A segunda reportagem da cobertura sobre o PIB foi publicada no dia 3 de setembro de 2024 e tem como título “PIB do Brasil cresce 1,4% no segundo trimestre de 2024”. Na linha fina, “Setores de serviços e indústria cresceram; agropecuária recuou 2,3%”. Ao que se indica na publicação, a reportagem não foi veiculada na versão impressa.

O primeiro parágrafo traz as mesmas informações do título e linha fina, sem dados complementares. Entre o primeiro e o segundo parágrafo há um hiperlink, com o título da matéria anterior, que encaminha até ela, dando a entender que, se o leitor acessar aquela outra reportagem, irá compreender melhor o crescimento do PIB. O restante do texto deixa a desejar em relação a explicações sobre o fato noticiado, em comparação com a primeira matéria apresentada. Comparam-se índices atuais com números passados, mas faltam explicações sobre o que isso significa, ou o que pode ter causado a queda ou o aumento de cada setor. O texto aparenta ser apenas uma reprodução de informações, cuja origem inclusive é citada no rodapé da reportagem “Fontes: IBGE e CNN”.

A terceira publicação dessa cobertura está datada de 3 de dezembro de 2024, com o título de “PIB brasileiro cresce 0,9% no terceiro trimestre com maior consumo” e a seguinte linha fina: “Com as famílias consumindo mais, o valor total de todos os produtos e serviços gerados na economia chegou a 3 trilhões de reais”. Não há referência à versão impressa. O primeiro parágrafo não traz mais informações além dessas; apenas cita a fonte: Agência IBGE. No segundo, há a motivação desse crescimento: o consumo das famílias e o serviço feito pelas indústrias.

Há um intertítulo, “Brasileiro está comprando mais”, que indica a motivação desse consumo, traz a comparação com índices passados e explica por que isso se reflete no setor de serviços. Na reportagem é citado um especialista, que explica essa movimentação no consumo, porém não é informado o nome dele nem sua ocupação; está apenas “segundo especialista”. O seguinte, e último, intertítulo é “Indústria investindo em maquinário”, no qual há informações sobre o crescimento desse setor em respectivas áreas, além da possível motivação para os investimentos. Novamente uma fonte é citada sem haver alguma descrição sobre ela: há um “para economistas”, ao falar que o investimento tem sido um destaque positivo e surpreendente.

Na exposição acima, nota-se que não há a preocupação do jornal em falar com os jovens leitores e em contextualizar o crescimento do PIB na vida diária do público. Além disso, o mercado aparece com o regulador da economia, como aponta a nossa revisão de bibliografia: é

ele quem explica os movimentos e alterações econômicas. Isso também vale para seus representantes, “especialista” e “economistas”, que não precisam ser nomeados, apenas por falarem em nome dele. A preocupação do jornal é explicar didaticamente com o PIB é formado, e indicar os setores que impulsionam a sua elevação. Na reportagem com mais detalhamento, que foi publicada também na versão impressa, nota-se ainda outro elemento que conduz a narrativa: a ideia de que o crescimento também tem um aspecto negativo, ainda que não se diga como evitar isso.

A segunda cobertura selecionada, publicada no dia 9 de janeiro de 2025, fala sobre a repercussão da tentativa de mudança no regulamento do Pix pelo governo federal. A primeira matéria da cobertura tem como título “Seis perguntas para entender a fiscalização do Pix acima de 5 mil reais” e traz a linha fina: “O que muda com as novas regras da Receita Federal”.

O primeiro parágrafo diz que entra em vigor nova lei da Receita Federal que determina que as instituições financeiras enviem informações sobre transações feitas acima de R\$ 5 mil em Pix ou no crédito. É essa informação que alimenta as dúvidas que serão respondidas no decorrer da reportagem. O restante do texto se desenvolve com base em perguntas norteadoras em formatos de intertítulos, com o intuito de ajudar a entender a nova norma. São elas: “O que é a nova fiscalização?, Quais as mudanças?, Por que isso agora?, O que eu preciso fazer?, O que acontece com o sigilo bancário? Isso resultará em mais impostos?”. Cada intertítulo apresenta um parágrafo, explicando cada tópico de forma sintetizada e direta.

A reportagem tem como fontes o Ministério da Fazenda, a Agência Brasil, o Estadão e o g1, que aparecem como referência no fim da reportagem. Não aparenta ser apenas uma reprodução de informação, já que houve a necessidade de observar quais dúvidas estavam repercutindo sobre essa notícia. Mas as fontes são basicamente outros veículos de informação, além do ministério, que não parece ter sido ouvido.

A segunda reportagem dessa cobertura destaca as informações distorcidas que repercutiram com a tentativa de implementação das mudanças. Ela foi publicada no dia 15 de janeiro de 2025 e tem como título “Polêmica do Pix: aumento de desinformação faz governo encomendar campanha” (Figura 2). Traz ainda a seguinte linha fina: “Saiba como se informar e não cair em notícias falsas”.

Figura 2: Manchete da matéria sobre o Pix



Fonte: Tino Econômico, 15 jan. 2025.

No primeiro parágrafo do texto, há um destaque para a reportagem anterior, elaborada para esclarecer algumas informações sobre a mudança, destacada com um hyperlink, para que o leitor acesse o texto e compreenda o fato noticiado antes de ler sobre as polêmicas. O Tino trata dessa onda de fake news como se tivesse sido estimulada por dúvidas, não por más intenções que visavam derrubar a implementação, e essa interpretação é encontrada em trechos da reportagem, como “[a]s mudanças nas regras de fiscalização da Receita Federal sobre operações financeiras, que foram explicadas pelo TINO Econômico nesta reportagem, vêm gerando dúvidas e estimulando a produção de fake news nas redes sociais”.

No decorrer da matéria, há dois intertítulos: “O que aconteceu?” e “Queda nas transações com Pix”. No primeiro, vemos a explicação da verdadeira intenção da Receita Federal com a mudança, de monitorar as transações bancárias acima de R\$ 5 mil feitas em bancos digitais, porém novamente o Tino trata das informações falsas divulgadas como consequências de má interpretação de “algumas pessoas”.

O segundo intertítulo traz um levantamento feito pelo jornal O Globo com informações do Banco Central que mostra que, após as fake news, as transações por Pix caíram, mas sem

precisão de dados: o jornal apenas afirma que houve essa queda. A matéria se encerra com algumas dicas de como identificar informações falsas, como verificar a origem da notícia, desconfiar de conteúdos sensacionalistas e utilizar ferramentas de verificação de fatos.

A terceira reportagem dessa cobertura, datada de 15 de janeiro de 2025, traz o seguinte título: “Após onda de notícias falsas, governo revoga norma do Pix”. A linha fina é: “Uma enxurrada de desinformação nas redes sociais gerou confusão e resistência à medida”. A notícia é sobre o recuo na tentativa de mudanças no Pix, após a grande onda de desinformação. No segundo parágrafo, o texto traz uma fala do ministro da fazenda, Fernando Haddad, durante uma coletiva de imprensa, sobre as fake news. Nas aspas, o ministro culpa figuras públicas e políticos, como governadores e senadores, que foram contra a proposta e disseminaram as informações falsas. Ou seja, apenas aqui o Tino trata das notícias falsas sobre a medida como uma estratégia política. A matéria conta com cinco parágrafos curtos e, no meio dela, há um link pelo qual o leitor pode acessar a reportagem anterior sobre esse mesmo assunto. O texto se fecha dizendo que a repercussão da notícia falsa sobre uma taxaço das transações feitas via Pix influenciou em parte comerciantes, que passaram a recusar essa forma de pagamento em seus estabelecimentos.

Nessa cobertura é possível notar que o Tino assume um compromisso de combate às fake news, e essa é a intriga dessa narrativa. A primeira reportagem tem o papel didático de explicar a regulamentação proposta, e por isso o jornal evita o texto corrido, utilizando tópicos para responder a perguntas norteadoras, que seriam dúvidas coletivas sobre o assunto. Novamente, o veículo não traz o tema principal para o universo do jovem leitor. As duas últimas reportagens seguem na abordagem das notícias falsas. Na segunda, apesar da falta de precisão nos dados, o jornal assume o papel de mostrar que as mentiras resultaram em uma queda nas transações por Pix e traz ainda dicas de como identificar as fake news. Já na última matéria, ao recompor a origem das notícias falsas, o Tino aborda com seriedade esse tema para o seu público, porém não se aprofunda na discussão, a ponto de repercutir a gravidade do fato de parlamentares tomarem a frente na repercussão dessas mentiras. Com isso, o jornal assume nessa cobertura um papel didático, mas falha ao não incluir o jovem leitor no universo da repercussão política que envolveu o tema, o que deveria ser o seu papel, ao ajudar na formação cidadã do público, como mostram Doretto (2013) e Furtado (2013).

A última cobertura selecionada faz parte da categoria internacional, e tem como título “Trump é eleito presidente dos Estados Unidos” e linha fina “O republicano conquistou 277 votos no Colégio Eleitoral, além de ampla maioria no voto popular, com 71 milhões de votos, contra 62,9 milhões de Kamala Harris”. Foi publicada no dia 6 de novembro de 2024, apenas no site.

O primeiro parágrafo apresenta a vitória de Trump tanto nos colégios eleitorais quanto no voto popular. Como já se observou nas matérias do Tino, o uso de intertítulos é muito comum; e nessa matéria há três: “Resultados e reflexos da eleição”, “Discurso da vitória e promessas para o novo mandato” e “Desafios para o novo presidente”. Um composto por apenas um parágrafo, outro por dois e um por três parágrafos. Esse método utilizado pelo jornal aparenta ser uma forma de apresentar os assuntos julgados mais importantes para o leitor, mas também demonstra que o adolescente não consegue ler texto maiores, na visão do veículo.

Após o primeiro intertítulo, há a descrição de como foi a vitória do novo presidente em comparação com a eleição de 2016, sem nenhuma apresentação sobre o sistema eleitoral do Estados Unidos, que é diferente do Brasil. O jornalista parece escrever para um público que já está acostumado a acompanhar esse tipo de cobertura. No último intertítulo, esse mesmo movimento pode ser observado, apresentando os “desafios” que o presidente eleito irá enfrentar durante o mandato, sem contextualização. O texto não cita diretamente as fontes: elas aparecem no pé da matéria, como também já observamos ser um costume do jornal. São elas: a Folha de S.Paulo e o Estadão.

Já a segunda reportagem dessa cobertura pretende trazer um contexto hipotético do que pode ocorrer no Brasil quando Trump assumir. O título é “Como a vitória de Trump afeta a economia brasileira” (Figura 3) e a linha fina, “Novo presidente dos Estados Unidos pretende fechar o mercado norte-americano para produtos importados e fortalecer a produção interna”. Publicada no dia 7 de novembro de 2024, a matéria cita como fonte no rodapé a Agência Brasil.

Figura 3: Manchete da matéria sobre a vitória de Donald Trump



Fonte: Fonte: Tino Econômico, 7 nov. 2024.

O texto não apresenta uma estrutura de notícia tradicional, com lead e pirâmide invertida. A reportagem começa com a contextualização de que a posse de Trump pode mudar o cenário mundial, vista a relevância do país e as promessas de campanha do candidato eleito, que levam os Estados Unidos a um caminho de “isolamento”. Para explicar, o Tino traz um professor da FIA Business School, que fala sobre o cenário econômico que o Brasil pode enfrentar com as mudanças impostas por Trump. O intertítulo dessa reportagem é apenas “Alta do dólar e protecionismo”, e se baseia nas opiniões trazidas pelo especialista consultado.

O Tino traz aqui aspas do especialista para explicar conceitos de geopolítica econômica e os efeitos dos planos de Trump nessa organização. Ele é sempre direto: primeiramente, diz que o fortalecimento do dólar aumenta o preço dos produtos importados, elevando assim a inflação. Depois ele afirma que, se a China “desacelerar” – por conta das barreiras tarifárias –, o Brasil será afetado. Ele termina opinando, torcendo por uma “moderação” do discurso de candidato para, agora, o de presidente eleito.

A terceira e última reportagem dessa cobertura traz a posse de Donald Trump e as expectativas sobre ela, publicada no dia 20 de janeiro de 2025. O título é “Trump assume a

Casa Branca e fala em ‘era de ouro’ para os Estados Unidos” e a linha fina, “Assim como havia feito em seu primeiro mandato, Trump voltou a retirar os Estados Unidos do Acordo de Paris”.

A notícia traz trechos do discurso do presidente estadunidense e fala de suas primeiras medidas, como o compromisso contra a imigração ilegal e a revogação de diversos – aqui falta a precisão de dados – decretos. Há um intertítulo breve sobre “Economia e comércio”, no qual o jornal repercute uma parte do discurso, sobre a promessa de impor tarifas a outros países, trazendo uma fala do presidente que vai contra a globalização e foca em uma economia nacionalista, o que, segundo Trump, daria início à “era de ouro” dos Estados Unidos.

No segundo intertítulo, “Política interna e externa”, o jornal noticia a promessa do presidente de tomar o canal do Panamá, com a crítica de Trump sobre as sobretaxas aplicadas aos navios estadunidenses e a influência da China nessa passagem. Além disso, há repercussões do discurso em temas da política interna, como a fala contra o sistema de saúde e a educação do país, além de um trecho polêmico em oposição à “ideologia de gênero”, no qual o presidente afirma haver apenas o masculino e o feminino. Já o último – intitulado “Era de Ouro” – apresenta a conclusão do discurso, reforçando a linha nacionalista, dizendo que as reações internacionais e da política interna serão decisivas para determinar os rumos do mandato.

A reconstrução da narrativa apresentada pelo jornal nessa cobertura traz diversos elementos de repetição. Novamente, observa-se que o tema em nenhum momento é voltado para a rotina do jovem leitor, e a intriga da cobertura se dirige à centralidade dos EUA para a regulação da economia no Brasil, naturalizando o poderio americano em diversos mercados.

Considerações finais

Neste trabalho, buscamos compreender como o periódico infantojuvenil Tino Econômico aborda a economia no jornalismo para os jovens leitores, em sua maioria adolescentes. Para isso, em primeiro lugar, vejamos como o jovem leitor se relaciona com o periódico.

Não é possível ter acesso a informações sobre o número de assinantes ou de acessos nas matérias publicadas, mas pode-se medir a popularidade do Tino por meio das redes sociais. O jornal tem, até junho de 2025, 2.306 seguidores no Instagram, e os vídeos publicados no perfil, desde 2022, atingem entre 200 e 1.500 visualizações em média. Alguns ultrapassam os 10 mil, mas todos são em colaboração com outro perfil que tem mais alcance, a maioria deles com o

Jornal Joca – da mesma editora do Tino. Esses números podem ser resultado de uma linha editorial que não consegue conversar com o seu próprio público-alvo (que está nas mídias sociais, como exposto acima), ressaltando também o fato de que as caixas de comentários das publicações raramente ultrapassam 10 interações.

Nas três coberturas analisadas, as intrigas não apresentam os ganchos necessários citados por Motta para que haja a contextualização dos assuntos abordados. No assunto do PIB, por exemplo, que é um tema sempre presente no jornalismo econômico, fala-se do seu crescimento ou queda, mas sem explicações sobre a importância desses números para o dia a dia do leitor. Já nas polêmicas envolvendo o Pix, o assunto aparece graças à necessidade de combater as notícias falsas, porém é interessante observar que o Tino, nas diferentes reportagens, traz como gancho o posicionamento do governo sobre o assunto. O jornal opta, assim, por ocultar os responsáveis pela repercussão, omitindo informações que poderiam ser essenciais para a formação de seu público.

Assim, nas coberturas analisadas neste trabalho, o Tino parece reproduzir aspectos do jornalismo econômico tradicional, sustentando a ideologia neoliberal, que mostra o mercado como uma persona abstrata e único regulador da economia. E essa é sua visão, que buscamos identificar neste trabalho. Um dado que nos ajuda a entender esse cenário está também nas fontes trazidas, muitas delas jornais e portais da grande mídia, como Folha de S.Paulo, Estadão e g1. O Tino, ao citar os veículos tradicionais como fonte, parece apenas reproduzir aquela notícia, de modo a ser compreendido como “resumido”. Reverbera, assim, os modos desses periódicos cobrirem os assuntos econômicos – focados na sustentação do sistema neoliberal, pelo que se pode inferir.

Isso, no entanto, não é fazer jornalismo. O periódico não publica reportagens de apuração própria. O Tino deveria se esforçar para trazer ao leitor como aquele acontecimento econômico noticiado impacta no dia a dia dele, garantindo que seu trabalho não seja influenciado por interesses externos, e mantendo o foco no interesse social. O jornalismo, principalmente o econômico, requer uma tradução de ideias complexas em termos mais simples, abordagem que ajuda os leitores, neste caso os jovens, a conectar os pontos entre conceitos econômicos abstratos e suas implicações no mundo real.

Referências

CORREIA, Luciana Seabra Resende Castro. Jornalismo econômico para quem não entende economia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2006.

CRUZ, Danilo de Oliveira; VIEIRA, Lorena Motta. Jornalismo econômico: transformando complexidade em compreensão. **Cáspes Libero**, 2024. Disponível em: static.casperlibero.edu.br/uploads/2025/01/Danilo-de-Oliveira-Cruz_artigo.pdf.

DORETTO, Juliana. “Não levo a sério”: jovens de classe trabalhadora e as representações da adolescência no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 42, n. 2, p. 01-14, maio/ago. 2023.

DORETTO, Juliana. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para as crianças**. São Paulo: Alameda, 2013.

FURTADO, Thaís. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

JACOBINI, Maria L. de P. O jornalismo econômico e a concepção de mercado: uma análise de conteúdo dos cadernos de economia da Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo. **BJR**, v. 1, n. 1, p. 190-209, 2008.

LENE, Hérica. O jornalismo de economia no Brasil: os economistas como fontes e os jornalistas. In: PEDROSO NETO, Antonio José; NASCIMENTO, Romário Rocha do (Org.). **Fontes e vozes no jornalismo econômico**. Palmas: EdUFT, 2020, p. 17-33.

MOTTA, Luiz G. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de; MELO, Maria Elizabeth Pinto de; SOUSA, Lumárya Souza de. Reconhecimento, autoridade e desconfiança na disputa sobre informação científica: o consumo midiático da ciência por estudantes de ensino médio de escolas públicas do Rio de Janeiro. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., 2020, Campo Grande. **Anais [...]** Campo Grande: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2020, p. 1-20.

SILVA, Alexandre Arthur Cunha da. Jornalismo independente brasileiro e a escassez da participação de adolescentes como fontes de informação: Uma Análise das Reportagens da Marco Zero Conteúdo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais [...]**. Belém: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, p. 1-15.

SILVA, Camila Garcia da. O jornalismo que o jovem prefere: a relação dos adolescentes com as boas e más notícias. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2020, p. 1-14.

SILVA JR., Carlos Humberto Ferreira et al. Podemos confiar? Compreensão midiática entre alunos dos cursinhos pré-vestibulares da UNESP/Bauru. **Revista Uninter de Comunicação**, Curitiba, v. 9, n. 16, p. 66-81, dez. 2021. DOI: 10.21882/ruc.v9i16.859.