



## **As vozes no Jornalismo Econômico: um estudo preliminar das fontes em portais de notícias**

Cynthia Mariah Barreto CORREIA <sup>1</sup>

**Resumo:** O interesse dos meios de Comunicação pelas notícias de Economia tem crescido em termos de espaço e conteúdo. Hoje, é mais do que comum ler um jornal, uma revista ou acessar um site informativo que tenha uma editoria de Economia. Esse crescimento foi conquistado devido à sua função de informar e explicar sobre os principais acontecimentos econômicos, assunto que tem despertado, cada vez mais, o interesse do público. Portanto, o presente trabalho tem como objetivo analisar as fontes jornalísticas utilizadas em matérias de dois portais de notícias brasileiros: G1, das Organizações Globo, e R7, do Grupo Record. Para tanto, foram selecionadas três matérias de cada site, cujas informações continham o mesmo conteúdo. Para auxiliar a análise foi utilizada a classificação de fontes elaborada pelo pesquisador Nilson Lage.

**Palavras-chave:** jornalismo econômico; fontes jornalísticas; internet e portais de notícias.

### **Introdução**

O período de crescimento do jornalismo econômico no Brasil foi durante o período de 1961 a 1988. No final da década de 1960, a economia brasileira começa a crescer em ritmo acelerado. Nessa época, a imprensa estrangeira afirmava que o país vivia o chamado “Milagre Econômico”. Esse destaque fez com que as editorias de

---

<sup>1</sup> Estudante de Jornalismo em nível de graduação e membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail para contato: [cynthia\\_mariah@hotmail.com](mailto:cynthia_mariah@hotmail.com) Trabalho enviado ao GT 01 – História do Jornalismo.

economia brasileira crescessem e ganhassem destaque pelo mundo inteiro. (GOTTLIEB; PAVARINO, 2010)

Quando o Milagre Econômico começa a entrar em crise, há uma recessão econômica mundial e o Brasil aumenta sua dívida externa. Nesse momento, o jornalismo econômico ganha destaque entre as editorias dos jornais. Isso devido ao fato de ter que noticiar todos os acontecimentos que envolvessem a economia tanto nacional quanto mundial. (GOTTLIEB; PAVARINO, 2010)

Através da evidência do jornalismo econômico, os jornalistas dessa editoria alcançaram status social por divulgarem informações necessárias para o desenvolvimento da sociedade. Afinal de contas, são os jornalistas que possuem relações diretas e/ou indiretas com as fontes de informação. (GOTTLIEB; PAVARINO, 2010)

Tais fontes detêm as informações necessárias para a veiculação das notícias. Para Gomis (apud TEXEIRA), “as fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais, documentos, dados – por aqueles deixados ou construídos.” Segundo Nilson Lage (2001, p. 49), a maioria das informações de matérias jornalísticas possui informações passadas de instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público.

Gomis afirma ainda que “as fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados” (apud TEXEIRA,). E é devido à grande importância que as fontes têm no meio jornalístico que este trabalho possui a finalidade de mostrar, através de uma pesquisa realizada por meio de análises dos portais de notícias R7 e G1, quais são os principais tipos de fontes utilizadas no jornalismo econômico.

### **Jornalismo Econômico**

O interesse dos meios de comunicação pelas notícias de economia tem crescido em espaço e em conteúdo. Hoje, é mais do que comum ler um jornal, uma revista ou acessar um site informativo que tenha uma editoria de economia. Esse crescimento foi

conquistado devido a sua função de informar e explicar sobre os principais acontecimentos econômicos, assunto que tem despertado cada vez mais o interesse da sociedade.

No final do século XX, como afirma Kucinski (apud LENE, 2004), o jornalismo econômico teve grande importância na campanha neoliberal pela divisão do Estado social-democrata. A difusão do jornalismo especializado em assuntos de economia na imprensa no Brasil está ligada a reorganização do capitalismo. Isso ocorreu devido a sua abertura na economia brasileira a partir da década de 1950 e também devido à grande escala mundial que fizeram com que os assuntos econômicos ganhassem maior destaque na imprensa e, conseqüentemente, aumentaram o interesse pelo público leitor.

Segundo Quintão (1987), Carvalho (2001) e Ramandan (1994); (apud LENE, 2004) os assuntos econômicos nas páginas dos jornais de informação eram pequenas notas ou artigos isolados que abordavam assuntos relacionados ao interesse do comércio e dos cafeicultores, com informações de exportação, movimento de portos ou taxas cambiais. Esses tipos de notícias eram geradas nas câmeras de comércio, nas agências estrangeiras ou no Ministério da Fazenda. As matérias econômicas eram tratadas sem qualquer distinção das outras notícias.

Apesar de já começarem a noticiar assuntos de economia, as áreas do comércio e da indústria sofriam discriminações por parte da imprensa, pois os editores de jornais acreditavam que as matérias de conteúdo industrial e comercial tinham caráter promocional e devido a isso tinham que ser tratadas como “matérias pagas”. Assim, até boa parte da década de 1950, o jornalismo econômico foi representado pelo colunismo – jornalismo mais analítico que noticioso - e ocupava um reduzido espaço nas páginas de jornal (QUINTÃO apud LENE, 2004).

Vários contextos propiciaram novos espaços para a cobertura de economia. Entre eles a política cambial dos anos 1950, que garantia o custo privilegiado do dólar para a importação do papel e material de impressão, segundo Ribeiro (apud LENE, 2004). Além do mais, o clima de otimismo relacionado ao ufanismo desenvolvimentista, vivido naquela época, tomou conta do noticiário. Os assuntos de

economia estavam sendo abordados com a eloquência nacionalista de defesa ou não do capital estrangeiro, com questões relativas à exploração do petróleo, a riquezas minerais, à defesa de produtos primários de exportação, principalmente o café.

O modelo de industrialização brasileiro aberto para o exterior estimulava o desenvolvimento de um elemento fundamental para a sobrevivência dos jornais aos anos seguintes, como a instalação no Brasil de representações das grandes agências de publicidade norte-americanas e européias. Essas empresas vieram junto com o capital industrial estrangeiro e com a missão de criar um dinamismo na sociedade brasileira para abrir mercado para os bens de consumo (QUINTÃO apud LENE, 2004).

O crescimento econômico em seus diversos segmentos passou a ser tema preponderante de eventos e discussões políticas. Os jornais de cobertura geral e de grandes tiragens começaram a marcar presença no setor, acompanhando e difundindo os negócios, o movimento das bolsas de valores, o novo mercado de capitais, e acompanhando as decisões do Conselho Monetário Nacional (CMN). Dessa maneira começam a surgir espaços para as reportagens de algumas empresas (LENE, 2004).

Foi a partir da década de 1960 que o jornalismo econômico começou a incorporar o padrão jornalístico de hoje. A partir de então, o jornalismo passa a ser caracterizado pela transmissão sistemática de temas e fatos relacionados com os problemas de economia de mercado ou macroeconômicos, cujas fontes não são mais só os políticos ou partidos, e sim economistas, banqueiros, relatórios originados de segmentos privados ou instituições estatais e projetos (NASSIF, 2003). Porém, somente nos anos de 1970 vem a se consolidar essa nova estrutura quando o jornalismo diário ingressa na chamada nova fase.

Em 1980 foram introduzidos equipamentos com tecnologias de alto nível, onde a transmissão era feita com raios laser e fibras ópticas, capazes de transmitir fotografias, páginas e textos integralmente em alguns segundos. Com esses aparatos, o Jornal a Gazeta se tornou o único jornal da área de economia com cobertura e circulação nacional (LENE, 2004).

Já em 1990, foi feito o investimento na cobertura econômica e de negócios e, principalmente, na explicação de vetores que afetam as finanças das pessoas. A partir de então, os jornais diários passaram a abrir finanças pessoais para os leitores e outros canais de comunicação começaram a se estabelecer com o público (LENE, 2004).

Hoje, o caderno de economia tem a função de informar sobre os principais acontecimentos econômicos e tentar explicá-los. Assim, há uma busca, dos jornalistas, pela simplificação da notícia, principalmente em relação ao conceito de mercado que é essencial para a compreensão da economia de modo geral. (apud RESEARCH, 2008; apud SANTOS, 2003).

Com o jornalismo econômico online, atualmente é possível afirmar que o noticiário se abriu a uma massa significativa de leitores. Pois através desse meio de comunicação a informação passou a ser mais acessível a população que conseqüentemente busca mais informações a respeito de economia.

### **Jornalismo Online**

O jornalismo online tem ganhado um espaço significativo nos meios de comunicação. Isso devido a sua marcante diferença em relação aos outros meios. Com a internet, o jornalismo ganhou outra dimensão, outros aspectos. Isto é, ganhou um novo e grande espaço para o armazenamento de informações, espaço esse ilimitado e com velocidade em tempo real (apud, TELLAROLE, 2006). Além desses aspectos, o jornalismo online possui outras características que fizeram dele um meio com grande potencial para investimentos. Os aspectos que podem ser destacados são: o poder de interação; o barateamento para o acesso das informações; a boa visibilidade; a rapidez; e principalmente o hipertexto que é uma forma diferenciada de passar a notícia.

O jornalismo online é um acontecimento bem recente que possui menos de vinte anos de história. Porém, apesar da pouca idade já despertou o interesse de inúmeros estudiosos. John Pavlik (apud Pires e Baltessar, 2007), por exemplo, foi um dos primeiros a definir uma evolução histórica da notícia na internet. Essa definição foi dividida nas seguintes fases.

A primeira é dada pela transposição do texto impresso para os novos meios de comunicação virtuais. As informações expostas nos sites informativos eram praticamente as mesmas que as dos jornais impressos. A única mudança vista era o modo de interação do leitor com esses meios de comunicação. Agora o leitor podia fazer interação com o veículo de comunicação através de e-mails e, em alguns raros casos, através de enquetes e fóruns.

A segunda permanece com o padrão tradicional, entretanto, novos recursos foram inseridos. Nessa fase, já se começa a observar a existência de listas com as últimas notícias e matérias relacionadas. Além disso, começa a ser desenvolvidos materiais exclusivos para versão online com características específicas: o texto e infográficos.

Na terceira fase, as novas possibilidades passam a fazer parte do jornalismo online. Por meio de menus, links, *pop-ups*<sup>2</sup>, etc. É nessa época que o hipertexto passa a ser mais aprofundado com o uso de mídias digitais. É através delas que se explora a possibilidade de distribuição de conteúdo para outras plataformas como *handhelds*<sup>3</sup> e aparelhos celulares.

Na quarta e última fase o jornalismo online passa a fazer parte do jornalismo participativo, fase essa a que vivemos, na qual é permitido aos leitores interagirem com as informações e notícias veiculadas pelos sites. Hoje, a participação mais comum é feita através dos comentários e de e-mails trocados.

O webjornalismo possui suas próprias características, nas quais podem ser classificadas como (MACHADO e PALACIOS, 2006, p. 18):

---

<sup>2</sup> Pop-ups “são pequenas janelas que se abrem automaticamente na sua tela. Na maioria das vezes, elas exibem anúncios que podem ser de empresas autênticas, mas também podem ser golpes ou software perigoso.”

<sup>3</sup> Handheldes “é um computador que pode ser guardado convenientemente em um bolso e usado enquanto você estiver segurando-o. Os computadores handheld de hoje, que também são chamados de assistentes digitais pessoais (PDAs), podem ser divididos entre os que aceitam escrita como entrada de dados e os com pequenos teclados (mais conhecidos pelo termo palmtop).”

1. **Multimedialidade/Convergência:** é definida como a “convergência dos formatos das mídias tradicionais - imagem, texto e som - na narração do fato jornalístico”. Segundo Machado, a convergência é possível com o processo de digitalização da informação e sua disponibilização em inúmeras plataformas e suportes em uma agregação.
2. **Personalização de conteúdo:** é uma opção oferecida ao usuário para configurar as obras jornalísticas conforme seus interesses. Hoje, já existem sites que permitem a pré-seleção de assuntos. Dessa maneira, quando o site é acessado, a página de abertura é carregada e o computador segue os padrões previamente estabelecidos, de acordo com suas preferências.
3. **Interatividade:** é a opção que fornece ao internauta a possibilidade de interação/conversa com o meio de comunicação. Através da interação é possível enviar elogios, críticas e sugestões. Além do mais, é possível também tirar dúvidas sobre a programação.
4. **Hipertextualidade:** é uma das características mais comuns no jornalismo online, no qual o internauta pode acessar várias notícias com apenas um click. É através do hiperlink que o leitor tem a opção de decidir se deseja ler algo com mais detalhe ou não.
5. **Memória:** na internet, a memória é coletiva devido à acumulação de informações, através do processo de hiperligação entre vários nós que a formam. Assim, a quantidade de informação antes produzida é automaticamente disponível ao usuário e ao produtor da notícia.
6. **Atualização contínua:** com a facilidade de produção, de disponibilização e de rapidez de acesso trazidas pelas novas tecnologias foi permitida a atualização contínua das matérias jornalísticas de grande interesse.

Segundo o que foi destacado por Castells:

“A internet além de ser um meio tecnológico com vários aparatos é também um meio de comunicação que contribui a forma organizativa de nossas sociedades, é o correspondente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial (...). O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, construindo a sociedade em rede, que é sociedade em que vivemos hoje. (CASTELLS apud MORAES, 2003, p. 287).”

A importância dessa interação é tão grande que para Brambilla, é inaceitável que a mídia de massa represente um sistema de mão única, “enquanto o processo real de comunicação prevê, minimamente, uma relação dialógica, dependendo da interação entre seus agentes na formulação, interpretação e reformulação da mensagem.” O fato é que, dos suportes hoje desenvolvidos, o único que atende a essa necessidade é a internet. (BRAMBILLA apud, PIRES e BALDESSAR, 2007).

A interação é comumente posta em prática nos sites e portais jornalísticos, uma vez que eles abriram várias possibilidades de atuação para os profissionais de comunicação e, conseqüentemente, se tornaram grandes fontes de informação para a população. É através dos sites e portais de notícias que milhares de pessoas se mantêm atualizadas sobre os assuntos do cotidiano. Isso devido principalmente à facilidade de acesso a informação e ao imediatismo.

Graças ao dinamismo e a expansão da internet os meios de comunicação da Rede Globo e do Grupo Record decidiram vincular informações através de sites e portais de notícias. Esses meios passariam a se chamar de G1 e o outro de R7.

### **G1 e R7 – portais de notícias**

A Globo entrou na internet no ano 2000, através do portal Globo.com que surgiu com a finalidade de levar a emissora de TV para a internet. Em 2001, o novo portal teve uma grande mudança que o tornou mais leve e interativo. Em 2005, foi lançado o G1 que foi dividido em esportes, conteúdo, entretenimento, notícias e vídeos (ARAÚJO, 2009, p. 43-44).

O portal de notícias G1, segundo Suerdieck (apud ARAÚJO, 2009), “contém notícias, variedades, serviços, além de ter informações de outras mídias”. O portal acabou se tornando um dos maiores canais de notícias do país, com atualização contínua e informações que são veiculadas 24 horas por dia. Além disso, disponibiliza suportes para os vídeos que são transmitidos nos programas da TV Globo.



As editorias que fazem parte do G1 são: Brasil, Carros, Ciência e Saúde, Cinema, Concursos e Emprego, Economia e Negócios, Esporte, Mundo, Música, Planeta Bizarro, Política, Pop & Arte, Rio de Janeiro, São Paulo, Tecnologia e Games, VC no G1, Vestibular e Educação, Infográficos, Fotos e Vídeos. Apesar das diversas editorias, a que servirá de base para esse estudo é a de “Economia e Negócios”.

O G1 foi criado para ser um webjornal. Ele conta com a convergência midiática para atrair os internautas que buscam as informações com seu diferencial. Na página de destaque – ou página principal – matérias com vídeos, fotos, que dão destaque a esses conteúdos (ARAÚJO, 2009, p. 44).

Já o portal R7 é um veículo bem mais recente que o G1. Ele estreou na internet no dia 27 de setembro do ano de 2009. Entre os objetivos do novo site estava a proposta de usar recursos com áudio e vídeo em suas matérias jornalísticas (OLIVEIRA, 2009). Segundo um vídeo<sup>4</sup> publicado no próprio portal no dia do aniversário de 1 ano, o R7 é um espaço para o internauta se sentir informado e bem vindo. A proposta do site é “sua preocupação, acima de tudo, com a prestação de serviços”. Além do mais, o usuário poderá interagir com o portal, enviando vídeos e comentários.

### **As fontes no jornalismo econômico**

De acordo com Nilson Lage, para se obter qualquer tipo de resultado, o jornalista trabalha com a informação, que é a sua matéria-prima, pois, para que haja notícia, primeiro é necessário haver informação de interesse considerado universal (apud LIMA JUNIOR, 2006). E, para obter as devidas informações são necessárias as fontes de informação, uma vez que é através delas que os jornalistas conseguem divulgar os fatos acontecidos nos mais variados lugares. Sendo assim, cabe ao jornalista procurar “as fontes que tenham credibilidade, atualidade e que valide a informação obtida. A fonte é importante para fornecer veracidade para a matéria jornalística e ajudar na compreensão do fato pela sociedade” (LAGE apud LIMA JÚNIOR, 2006).

---

<sup>4</sup> Vídeo do R7 encontrado no seguinte link:

<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=multimedia&id=122&paginaAtual>

A seguinte pesquisa foi feita através de análises de seis matérias, sendo três delas provenientes do portal de notícias do G1 e as outras três do R7. A análise teve uma base comparativa e, para isso, foram selecionadas seis matérias, sendo três de cada portal cujo conteúdo fosse semelhante. A finalidade do estudo foi descobrir quais os principais tipos de fontes são utilizados no jornalismo econômico online.

A pesquisa foi realizada com base no conceito de fontes publicado pelo pesquisador Nilson Lage (2001, p. 63 a 65). Segundo o autor, as fontes podem ser classificadas como:

1. Fontes oficiais: são aquelas mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício, por empresas e organizações.
2. Fontes oficiosas: são aquelas que têm, de algum forma, reconhecimento ligadas a uma entidade ou indivíduo, mas que não estão autorizadas a falar em nome dele.
3. Fontes independentes: são aquelas desvinculadas de qualquer relação de poder e/ou interesse específico de acordo com o caso ocorrido.

A primeira análise refere-se às matérias que tratam da venda de imóveis usados em São Paulo. Ambas as reportagens foram publicadas no dia 13 de agosto de 2010, porém a do site R7 foi publicada às 10h57, já a matéria do G1 foi às 12h37.

O meio de comunicação virtual R7 deu a sua notícia o seguinte título: “**Venda de imóveis usados diminui pela 1ª vez em cinco meses em SP**”<sup>5</sup>. Já no portal G1 a notícia recebeu o seguinte título: “**Venda de imóveis usados tem primeira queda no ano, diz Creci**”<sup>6</sup>.

A primeira matéria foi assinada como “Do R7” e a segunda como “Do G1, em São Paulo”. Ambas as notícias possuíam apenas uma espécie de fonte, isto é, oficial, como mostra o quadro abaixo. É importante destacar que a mesma fonte oficial foi usada pelos dois portais. Os dois veículos de

---

<sup>5</sup>Link de acesso a primeira matéria citada acima:

<http://noticias.r7.com/economia/noticias/venda-de-imoveis-usados-diminui-pela-1-vez-em-cinco-meses-em-sp-20100813.html>

<sup>6</sup> Link de acesso a segunda citada: [http://g1.globo.com/economia-e-](http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/08/venda-de-imoveis-usados-tem-primeira-queda-no-ano-diz-creci.html)

[negocios/noticia/2010/08/venda-de-imoveis-usados-tem-primeira-queda-no-ano-diz-creci.html](http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/08/venda-de-imoveis-usados-tem-primeira-queda-no-ano-diz-creci.html)

comunicação receberam as informações do mesmo órgão: o CRECI (Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Estado de São Paulo).

Após cinco meses consecutivos de alta, a venda de imóveis usados registrou a primeira queda do ano em junho no estado de São Paulo, segundo informou o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Estado de São Paulo (Creci -SP) nesta sexta-feira (13).<sup>7</sup>

Veja o quadro abaixo:

<b>Fontes</b>	<b>R7</b>	<b>G1</b>
Fontes oficiais	1	1
Fontes oficiosas	---	---
Fontes independentes	---	---
Total	1	1

#### **Quadro 1 – Fontes das matérias sobre venda de imóveis usados**

A segunda parte da pesquisa refere-se à análise de duas matérias cujo assunto é sobre a China ser a segunda maior economia do mundo. O R7 publicou a informação com o seguinte título: **“China supera Japão como 2ª maior economia”**<sup>8</sup> e apresentou a seguinte assinatura: “Do R7, com agências internacionais”. Enquanto o G1 deu o seguinte título: **“Economia chinesa supera japonesa no segundo trimestre, diz Japão”**<sup>9</sup> e teve sua matéria assinada por “Do G1, com informação dos internacionais”.

A matéria do R7 teve sua publicação no dia 16 de agosto de 2010 às 05h32. Já a reportagem do G1 também foi publicada no mesmo dia, só que com horário de sua publicação mais cedo, às 02h15.

A matéria do R7 apresentou apenas uma fonte: o governo japonês, isto é, a fonte que é classificada por Nilson Lage como oficial. Enquanto no G1 foram utilizadas duas fontes, também classificadas como oficial: o governo japonês e o Banco Mundial (BM). Como mostra o quadro a seguir:

---

<sup>7</sup> Informações comuns existentes nas duas matérias sobre vendas de imóveis.

<sup>8</sup> O link de acesso a terceira matéria é: <http://noticias.r7.com/economia/noticias/pib-chines-supera-o-japones-no-segundo-trimestre-20100816.html>

<sup>9</sup> O link de acesso a quarta matéria é: <http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/08/economia-chinesa-supera-japonesa-no-segundo-trimestre-diz-japao.html>

**Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia**  
**I Encontro de História da Mídia da Região Norte**  
**Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010**

---

<b>Fontes</b>	<b>R7</b>	<b>G1</b>
Fontes oficiais	1	2
Fontes oficiosas	---	---
Fontes independentes	---	---
Total	1	2

**Quadro 2 – Fontes das matérias sobre a China como maior economia do mundo**

O que chama a atenção em ambas matérias é o fato de terem sido publicadas a partir de uma material produzido por agências internacionais de notícias. Por esse motivo, fica evidente a presença das mesmas fontes jornalísticas.

A terceira e última parte da pesquisa foi feita com base nas matérias jornalísticas que possuem a alta do seguro desemprego como conteúdo em comum. A primeira, divulgada pelo site R7, possui o seguinte título: “Pedidos de auxílio-desemprego sobem nos EUA e contrariam previsões de queda”<sup>10</sup> e foi assinada também pela “Agência do Estado”. A segunda, que foi divulgada pelo G1, possui o seguinte título: “Pedidos de seguro-desemprego nos EUA sobem na semana”<sup>11</sup> e foi assinada por “Do G1 com informações do Valor online”. Tanto a primeira quanto a segunda matéria foram publicadas no dia 12 de agosto de 2010 entre os horários de 10h20 e 10h23.

Conforme indica o quadro abaixo, tanto a primeira quanto a segunda reportagens possuem uma única fonte: a oficial. Ela é representada pelo Departamento de Trabalho dos EUA.

<b>Fontes</b>	<b>R7</b>	<b>G1</b>
Fontes oficiais	1	1
Fontes oficiosas	---	---
Fontes independentes	---	---
Total	1	1

**Quadro 3 – fontes das matérias sobre a alta do seguro desemprego**

---

<sup>10</sup> Link de acesso a quinta matéria:

<http://noticias.r7.com/economia/noticias/pedidos-de-auxilio-desemprego-sobem-nos-eua-20100812.html>

<sup>11</sup> link de acesso a sexta matéria: <http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/08/pedidos-de-seguro-desemprego-nos-eua-sobem-na-semana.html>

O ponto de destaque nessas duas matérias é o fato de ambas terem sido produzidas por outros veículos, Agência Estado (R7) e Valor Online (G1) - uma agência de notícias e um jornal online - e reproduzidas nos sites analisados.

Como mostrou a pesquisa realizada, há a predominância das fontes oficiais nas matérias sobre economia, sobretudo, o material cujo enfoque é internacional. As análises mostraram ainda que os jornalistas têm preferência pelas fontes que tenham algum vínculo com o Estado. O quadro abaixo ilustra a soma de todas as fontes presentes nas análises mostradas anteriormente.

<b>Fontes</b>	<b>R7</b>	<b>G1</b>
Fontes oficiais	3	4
Fontes oficiosas	---	---
Fontes independentes	---	---
Total	3	4

**Quadro 4 – Soma de todas as fontes jornalísticas usadas nas análises**

É possível perceber que em nenhuma das matérias selecionadas, fontes oficiosas e, principalmente, independentes foram utilizadas para compor os textos.

### **Considerações Finais**

A pesquisa realizada com base na classificação de fontes (LAGE, 2001, p. 63 a 65) – oficiais, oficiosas e independentes - permitiu perceber, em um estudo preliminar, que as principais vozes do jornalismo econômico são as fontes oficiais. Das seis matérias escolhidas para serem analisadas, tanto nos portais de notícias do R7 quanto o do G1, não foram encontradas fontes oficiosas e nem independentes.

A forte presença das fontes oficiais prova a carência do trabalho jornalístico que se pautou pela busca da notícia nos vários setores da sociedade e não apenas na consulta de órgão como prefeituras e governo. Esse tipo de direcionamento a uma única espécie de fonte é chamado por Francisco Sant’Anna (apud TELLAROLI, 2006) de “Mídia das Fontes”.

O relacionamento de jornalistas com as fontes oficiais tornou-se automático e referenciador das informações econômicas. De acordo com a pesquisa, cerca de 66% das matérias estudadas vieram de assessorias de imprensa ou pelo menos tinham informações das mesmas. O fato do crescente uso desses tipos de fontes pode estar vinculado à busca de informações prontas. Entretanto, essa praticidade pode trazer grandes problemas ao jornalismo econômico online, pois como diria João Carreira “Quanto maior a vulnerabilidade e a preguiça dos jornalistas, mas perigosas podem ser as fontes organizadas e, entre elas, as agências” (PINTO, 2000).

O perigo está relacionado ao poder de deturpação ou distorção da informação por parte das fontes oficiais e primárias. Para cessar esse perigo é necessário a contratação de mais jornalistas para as redações de portais de notícias. Caso contrário, será impossível manter a constante atualização de informações nas páginas de internet. E, caso a mantenham, as informações permaneceram a serem providas de fontes organizadas como as que ganharam destaque nessa pesquisa – oficiais – e assim, a credibilidade das notícias estarão em risco.

## **Referências**

ASSUMPCÃO Alice Bentzen Fonseca; AMARAL, Ana Luisa Marzano. *A interatividade no jornalismo on-line: estudo de caso do site G11*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Rio de Janeiro. Maio de 2009.

FRANCISCO, Kárita Cristina. *Barreiras na produção de conhecimento pelo jornalismo econômico*. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. III Nº 2 - 2o semestre de 2006.

GOTTLIEB, Ane; PAVARINO, Rosana. *O jornalismo econômico: uma necessidade social*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Maio de 2010.

KUNTZ, Rolf. *Um balanço crícri do jornalismo econômico*. Dezembro de 2005. Observado em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=361IMQ001>

LAGE, Nilson. *A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LENE, Hérica. *O jornalismo econômico ontem e hoje: resgate histórico de sua expansão no Brasil*. II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Abril de 2004.

**Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia  
I Encontro de História da Mídia da Região Norte  
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010**

---

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. *Sistema digital de busca inteligente de fontes jornalísticas*. VI Rede Alcar. 66, junho de 2006.

PINTO, Manuel. *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*. Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000.

PIRES, Eduardo Weinhardt; BALDESSAR, Maria José. *A internet como fator de mudança no jornalismo*. Foi publicado na Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, no 1, janeiro/junho de 2004.

SARCINELLI, José Antônio. *Jornalismo Econômico: a Sedução do Pode*. Verificado no seguinte link: <http://www.hottopos.com/mirand3/econ.htm>

TELLAROLE, Taís Marina. *A busca pela notícia no jornalismo online: um estudo sobre as fontes*. III Congresso Online. Dezembro de 2006.